Andrei Sebastian Stipiuc

Cum scriem pe Facebook
Limba textelor produse de utilizatorii români ai rețelei sociale

Andrei-Sebastian Stipiuc a absolvit Facultatea de Litere a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, specializarea Jurnalism și Științe ale Comunicării, în anul 2002. A urmat studii de master la Facultatea de Informatică și la Facultatea de Filosofie ale aceleiași universități (2002-2005, respectiv 2007-2009). Din septembrie 2014 este doctor în Filologie al Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, unde și lucrează ca asistent universitar în cadrul Catedrei de Jurnalism și Științe ale Comunicării. Ține cursuri, seminarii și laboratoare de informatică pentru presă, jurnalism online, cyberculture și media interactive. A fost, timp de trei ani, editorul pentru România al revistei *Fedora Weekly News*, o publicație dedicată uneia dintre cele mai populare versiuni ale sistemului de operare Linux. Activitatea sa publicistică include cronici și documentare culturale, scrise în presa locală, dar și editoriale, ghiduri practice și tutoriale tehnice publicate în revista menționată. Activitatea sa științifică include participări la conferințe și articole apărute în reviste de profil.

Referenți științifici:
Prof.univ.dr. Luminița Cărăușu
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iaşi

Prof.univ.dr. Mihaela Gheorghe
Universitatea „Transilvania” din Braşov

Prof.univ.dr. Dan S. Stoica
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iaşi

Redactor: Tamara Botez
Tehnoredactor: Florentina Crucerescu
Coperta: Manuela Oboroceanu

ISBN 8978-606-714-275-4

700109 – Iaşi, str. Pinului, nr. 1A, tel./fax: (0232) 314947
http:// www.editura.uaic.ro e-mail: editura@uaic.ro

Andrei Sebastian Stipiuc

Cum scriem pe Facebook

Limba textelor produse de utilizatorii români ai rețelei sociale

Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi
2016

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
STIPIUC, ANDREI SEBASTIAN
Cum scriem pe Facebook: limba textelor produse de utilizatorii români ai reţelei sociale /
Andrei Sebastian Stipiuc. - Iaşi:
Editura Universităţii „Al. I. Cuza”, 2016
Conţine bibliografie
ISBN 978-606-714-275-4

811.135.1

„Oamenii nu trăiesc doar în lumea obiectivă, în lumea activității sociale, percepute în mod obișnuit, ci sunt în egală măsură prizonierii limbii pe care o vorbesc şi care este mediul de expresie al societății din care fac parte”.

Edward Sapir, *Language, Culture and Personality...*

Cuprins

I. Introducere: studiul limbii actuale pe Web – preocupare principală sociolingvistică în cadrul *comunicării mediate de calculator* (CMC)

Concepte-cheie: ● Lingvistica Internetului ● UGC – Conținutul Generat de Utilizatori (*User Generated Content*) ● *Netspeak*, *netlingo* ● „Centaurul lingvistic"

I.1. Obiectul, motivarea și obiectivele volumului

Cu excepţiile notabile ale practicienilor din domeniul lingvisticii computaţionale, a căror activitate este înglobată în cadrul general european de utilizare a tehnologiilor informatice pentru studiul limbilor celor 27 de state membre ale Uniunii Europene, cercetările de anvergură asupra limbii utilizate în mediul online românesc sunt extrem de puţine. În afara acestui fapt, lucrările nu s-au adresat publicului din afara mediului academic, ca în cazul altora din străinătate. Numărul utilizatorilor români de Internet, corelat cu alte caracteristici din domeniul comunicațiilor care situează țara noastră în vârful anumitor ierarhii, este suficient de mare pentru a defini o comunitate puternică ce interacționează cotidian pe diferite platforme online de comunicare. În aceste condiții, limba română, deși văzută ca o limbă relativ mică în context mondial, înregistrează o serie de transformări care fac obiectul studiului prezentat în acest volum, pe care încercăm să îl încadrăm, astfel, în preocupările lingvisticii teoretice descriptive asupra Internetului care au luat avânt în Europa la sfârșitul anilor '90.

Direcţiile lingvistice occidentale, cu precădere cercetarea din Regatul Unit, s-au manifestat odată cu expansiunea Internetului, când lingviştii au văzut în acest nou canal de comunicare forma cea mai avansată a comunicării mediate de calculator (CMC), având un caracter formal, în care se manifestă o limbă ce diferă atât de limba vorbită, cât şi de cea scrisă. Figură proeminentă a acestor orientări de început, David Crystal sublinia necesitatea interpretării sociolingvistice a noului mediu de comunicare şi prevedea, la sfârşitul anilor '90, „începutul unei ere noi de lingvistică a Internetului"[1]. Se remarca presiunea uriaşă exercitată de noul mediu asupra limbii, care, surprinsă într-o formă nouă, inedită, primea o denumire

[1] David Crystal, *The scope of Internet linguistics*, 2005, http://www.davidcrystal.com/DC_articles/Internet2.pdf, accesat în 20.02.2013.

curajoasă: „netspeak”[2]. Termenul s-a impus în literatura ştiinţifică din afara hotarelor, chiar dacă, în paralel, au circulat şi încă mai circulă o serie de sinonime, precum *weblingo, netlingo*. Toate, însă, ilustrează, după cum vom vedea, o varietate a limbii folosite în Internet.

Considerăm că un studiu care să continue, prin adaptare și actualizare, aceste preocupări lingvistice inițiale, ar trebui să se axeze pe serviciul cu cea mai amplă dezvoltare din istoria Internetului – serviciul World Wide Web, un spaţiu extrem de dinamic şi de interesant. Pentru că acest spaţiu este, practic, imposibil de cuantificat, orizonturile orientate asupra platformelor UGC (*User Generated Content*) nu ar limita potențialul de cercetare, deoarece, din perspectiva actualităţii, tehnologiile Web continuă să se dezvolte şi să se confunde, de cele mai multe ori, cu câteva dintre aplicaţiile sale extrem de populare: reţelele de socializare, *wiki*-urile de colaborare sau platformele de *microblogging*. De asemenea, privit într-un context integrator, spaţiul Web înglobează, în mare, şi celelalte funcţii ale Internetului. O serie de servicii nu au înregistrat progrese şi au rămas în aceleaşi ipostaze în care au fost tratate la începuturile studiilor lingvistice din domeniu, în timp ce pentru altele există deja, la noi, cel puțin câte o lucrare – precum studiul conversaţiei din camerele de *chat* în comunicarea mediată de computer[3].

Deşi există autori actuali care se ocupă constant de anumite niveluri ale limbii (de exemplu, asupra nivelului lexical există numeroase articole din presă semnate de Rodica Zafiu[4]), studiul de faţă se dovedeşte necesar pentru că include modificările înregistrate la toate nivelurile importante ale textului[5], rezultate în urma adaptării discursului la Internet. Analiza acestora, însoţită şi de elementele extralingvistice care se manifestă în spaţiul Web, justifică pe deplin o activitate de cercetare care să umple golurile care au rămas în afara preocupărilor actuale din

2 „The term ‘Netspeak’ is an alternative to ‘Netlish’, ‘Weblish’, ‘Internet language’, ‘cyberspeak’, ‘electronic discourse’, ‘electronic language’,‘interactive written discourse’, ‘computer-mediated communication’ (CMC), and other more cumbersome locutions. Each term has a different implication: ‘Netlish’, for example, is plainly derivedfrom ‘English’, and is of decreasing usefulness as the Net becomes more multilingual (p. 216); ‘electronic discourse’ emphasizes the interactive and dialogue elements; ‘CMC’ focuses on the mediumitself” (David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004, p. 17).

3 Elena Trohin, *Particularităţi lingvistice ale comunicării în Internet*, Chişinău, 2006, teză de doctorat.

4 Vezi pentru exemplificare articolele semnate în ediția online a ziarului *Adevărul*, http://adevarul.ro/continut/stiri/rodica-zafiu, sau pe cele din *România Culturală*, http://www.romaniaculturala.ro/articole_aut.php?cod_aut=31

5 Vom considera nivelurile grafic, ortografic, lexico-semantic și pragmatic.

literatura românească de specialitate[6], ruptă decenii întregi, din diferite motive obiective, de realitățile tehnice și științifice internaționale.

Caracterul social al spațiului Web este indiscutabil, în reţelele de socializare sau în cadrul altor platforme ori lumi virtuale oamenii interacţionând zilnic. Web-ul nu mai este doar un loc de lectură, de „răsfoire" a unor resurse, sau un spațiu de cercetare destinat doar inițiaților, ci și un loc de consum multimedia, un spaţiu al interactivităţii şi convergenţei activităţilor umane cotidiene. Dat fiind acest context social fundamental, limba joacă, în continuare, rolul său esenţial în comunicarea dintre utilizatori, în cadrul comunităţilor locale, naţionale sau chiar globale. „Web-ul este mai mult o creaţie socială decât una tehnică"[7]. Cum Internetul începe să fie văzut, astfel, din ce în ce mai mult din perspectivă socială, prin mutarea atenţiei dinspre tehnologie înspre oameni şi scopuri, rolul limbii devine central. Dacă în fazele de început ale CMC se urmărea dacă utilizarea limbii în Internet este atât de nouă şi particulară faţă de vechiul comportament lingvistic, astăzi, sarcina principală devine aceea de a găsi aspectele comune ale limbii care dau o identitate aparte membrilor comunităţii globale. Un scop comun este, în continuare, să se identifice dacă Internetul este un mediu lingvistic omogen sau dacă este o colecţie de dialecte distincte ori o agregare de utilizări şi tendinţe care sfidează clasificările formulate până în prezent.

Operarea, în cadrul CMC, la nivel teoretic, cu concepte sociolingvistice şi, la nivel practic, cu metodologia acestei ştiinţe, pentru care există o preocupare importantă şi în Europa ultimelor decenii, nu este doar adecvată mediului (studierea varietăţilor limbii, a situaţiilor de comunicare, a comunităţii lingvistice în raport cu comunicarea online, a rolurilor jucate de membrii acestor comunităţi), ci şi singura care poate surprinde relevanţa datelor culese din complexitatea și eterogenitatea corpusului sau corpusurilor urmărite (prin anchete, chestionare şi statistici).

Este limpede că, dintre toate situaţiile de comunicare din Internet, serviciul Web este cel mai aproape de limba scrisă, cu serviciul de chat sau mesagerie instantă situate la polul opus. Varietatea limbii a fost caracterizată drept limbă scrisă care prezintă, mai degrabă, anumite caracteristici ale vorbirii. Limba pe Web nu este identică nici cu limba scrisă, nici cu cea vorbită, dar afişează, selectiv şi prin adaptare, particularităţi ale amândurora. „În timp ce scriu în mediul electronic, oamenii adoptă convenţiile discursului oral sau scris, în funcţie de nevoile lor de comunicare"[8], așadar ceea ce ar caracteriza cel mai bine limba în Internet ar fi

[6] O altă teză de doctorat ce poate fi menţionată este lucrarea *Comunicarea mediată de calculator* a Ralucăi Maria Andriescu, Bucureşti, 2011, care analizează teoria comunicării şi conversaţia online din perspectiva particularităţilor generale ale CMC (Computer Mediated Communication).

[7] Tim Berners-Lee, Max Fischetti, *Weaving the Web*, Barnes & Noble, 2001, p. 12.

[8] David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004, p. 47.

imaginea unui centaur: „jumătate – scriere, jumătate – vorbire”[9]. În sfârșit, sociolingvistul Celso Alvarez-Caccamo constata că formula limbii utilizate în Internet este „vorbire + scriere + particularităţile electronice ale mediului”[10].

Popularitatea recentă a rețelelor sociale, unde noi și noi utilizatori publică informații despre ei, despre interesele și pasiunile lor, a condus la crearea de comunități ai căror membri pot intra în contact cu alte rețele întregi de utilizatori. Aceste rețele implică o construcție a identității și un „management al impresiei”[11], realizate cu mult mai multă creativitate, decât o ofereau formele învechite de comunicare în Internet.

În terminologia utilizată de sociolingvistică predomină termenul de *varietate* şi, pe alocuri, cel de *stil*, utilizat cu acelaşi sens, ceea ce justifică includerea studiului Internetului în sfera tot mai interesantă a preocupărilor sociolingvistice. În definiţia sa terminologică, o varietate lingvistică este un sistem de expresie lingvistică al cărui utilizare este guvernat de factorii de situaţie. În sensul larg al termenului[12] sunt incluse vorbirea şi scrierea, dialectele regionale şi de clasă socială, stilurile funcţionale sau ocupaționale – precum stilul administrativ şi științific, creativitatea lingvistică (aşa cum este literatura) etc. Varietăţile sunt, în principiu, sistematice şi predictibile (poţi spune, într-o limbă dată, cum vor vorbi oamenii dintr-o anumită regiune, cum scriu avocaţii, cum „sună” comentariul sportiv). Particularităţile unei varietăţi sunt constrânse de situaţia de comunicare: într-un anumit fel trebuie să vorbim într-o instanţă la tribunal, acolo unde nonconformismul poate conduce la diverse sancţiuni, și în alt fel în cercul nostru de prieteni, unde sunt permise diferite registre. Caracteristicile lingvistice ale varietăţii limbii scrise sunt de natură grafică, ortografică, gramaticală, lexicală şi discursivă – în timp ce ultimele trei se regăsesc în majoritatea varietăţilor, dacă nu luăm în considerare doar faptul că Internetul este un mediu preponderent scris[13], ci considerăm şi tehnologiile de voce, aflate în preocupările pentru oralitate.

Apropierea de preocupările sociolingvistice se face şi în studierea comunităţilor online, unde trebuie măsurată puterea identităţii şi apartenenţei membrilor din cadrul acestor comunităţi. Se consideră că natura globală a Internetului, deşi reală în ceea ce priveşte comunicaţiile, este mai degrabă de natură teoretică atunci când vine vorba despre comunicare propriu-zisă, care, în realitate, se afișează ca fiind mult mai limitată, mai parohială[14]. „În CMC, primează legăturile dintre oameni. Se aduce în discuţie vorbirea care serveşte oamenilor în

[9] David Crystal, *Language and the Internet* , p. 48.

[10] Celso Alvarez-Caccamo *apud* Crystal David, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004, p. 48.

[11] E. Goffman, *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*, Garden City, New York, Doubleday & Co, Inc., 1967.

[12] David Crystal, *Language and the Internet*, p. 9.

[13] R. Wilbur *apud* David Crystal, *Language and the Internet*, p. 8.

[14] David Crystal, *Language and the Internet*, p. 59.

particular şi comunităţilor, nu audienţei de masă"[15]. „Deşi îmi place metafora *satului globa*l, cel mai adesea Internetul nu este ca acesta. Cu respectul cuvenit pentru interacţiunea umană, Internetul este mai degrabă o uriaşă colecţie de vecinătăţi distincte în care oamenii cu interese comune pot schimba informaţii, pot lucra împreună, pot spune poveşti, pot glumi, dezbate chestiuni politice, pot juca jocuri sau îşi pot acorda unul altuia ajutor"[16]. Prin urmare, aceste mici comunităţi vor tinde să dezvolte, conştient sau nu, măsuri ale identităţii, dintre care unele cu caracter lingvistic vor dezvolta, cu timpul, un dialect comunitar ocupaţional, pe care noii veniţi vor trebui să şi-l însuşească. Autorul spune că odată închegată sociolingvistica sau dialectologia, aceasta va avea un scop clar în a determina cât de sistematice sunt particularităţile lingvistice ale acestor comunităţi.

***

Volumul de față reunește principalele teme și direcții de cercetare sociolingvistică cu care am operat în studiul desfășurat între 2012-2014, în cadul proiectului pentru teza de doctorat *Particularități lingvistice ale textului din cadrul conținutului generat de utilizatorii români pe platformele sociale online*, publicată acum, al cărui scop a fost să încerce să identifice, să catalogheze și să ilustreze particularități ale limbii și situații de comunicare în care se poziționează utilizatorii români în cadrul celei mai populare rețele sociale online. Scopul principal al cercetării pe baza căreia a fost alcătuit volumul este ilustrarea acestui fenomen lingvistic recent, prin culegerea, catalogarea și prezentarea datelor sub formă de fișe menite să faciliteze parcurgerea și înțelegerea exemplelor și care să păstreze nealterată, pe cât posibil, impresia de mediu electronic, în măsura în care hârtia poate face acest lucru.

În subsidiar, deși în sens opus din punct de vedere al organizării materialului, am considerat de cuviință ca alcătuirea acestui corpus să aibă la bază o sinteză a principalelor direcții și teme sociolingvistice care au folosit atât la înțelegerea cadrului general în care ar trebui să opereze cercetările lingvistice moderne, care se axează pe tehnologii actuale, cât și la structurarea materialului lingvistic colectat.

Direcțiile și temele lingvistice sintetizate sunt sincronizate cu preocupări sociolingvistice străine recente, care, din considerente istorice, nu și-au găsit la noi un cadru propice în care să se aclimatizeze în studiile de specialitate, lingvistice sau de comunicare.

Am eliminat aspecte asupra cărora s-a insistat destul de mult și la noi, precum studiul conversaţiilor din camerele de *chat* şi, în general, tot ce este legat de serviciile de voce, și ne-am orientat asupra ultimelor inovaţii din spaţiul Web – platformele CGU (*Conținut Generat de către Utilizatori)* şi asupra utilizatorilor

15 B. Foster *apud* David Crystal, *Language and the Internet*, p. 59.
16 P. Wallace *apud* David Crystal, *Language and the Internet*, p. 59.

români ai acestor platforme. Am urmărit să înregistrăm modul în care se manifestă variaţiile limbii scrise în mediul online, în permanenta sa transformare. Am avut în vedere unele trăsături ale variantei lingvistice pentru limba scrisă (text), precum caracteristicile grafice (aspectele legate de tipografie, aşezare în pagină, design, *layout*, ilustraţii, culoare) și ortografice (sistemul scris al limbii române pe aceste platforme: alfabet, majuscule, diacritice, punctuaţie, emfază - cursiv, aldin, subliniat), caracteristicile lexico-semantice (elemente de vocabular, termeni specifici mediului și care au intrat și în uzul curent, expresii idiomatice) și morfo-sintactice, caracteristicile discursului prin care se clădește, în Facebook, în particular, naraţiunea personală, modalitățile de manifestare a politeții online și modurile de încălcare a acesteia, jocurile lingvistice, marcările emoțiilor pozitive și negative, comutarea de cod în funcție de afilierea la o anumită comunitate de vorbitori sau, dimpotrivă, de izolarea culturală, imigrația unor utilizatori în alte țări și adoptarea limbii locale, continua expansiune a „limbilor engleze globale", căile prin care jargonul informatic reușește să influențeze norma comună din mediul *offline*. Am constatat că o serie de caracteristici lingvistice sunt comune ambelor moduri de comunicare – sincronă și asincronă – (utilizarea *emoticonului*, abrevierile, scrierea prescurtată, dar și o înclinație spre informalitate, ceea ce apropie și mai mult limba scrisă de trăsăturile limbii vorbite.

I.2. Contextul și metodologia cercetării

În documentul de măsurare a audiențelor media pentru anul 2012, Initiative Media S. A. România înregistra o creștere, alături de celelalte țări ale zonei EU11, în numărul de noi utilizatori români ai rețelei sociale Facebook (cu 26% mai mulți decât în ultimii ani), în timp ce aceleaşi statistici arătau că 66% din populația țării era conectată la Internet, adică 9,6 milioane de cetățeni[17]. Și, deși existau țări, printre care și România, în care peisajul media era afectat în principal de cifrele mai mici ale pieței de publicitate, în aproape toate țările mediul online se bucura de mai multă publicitate decât oricând.

Recunoscută pentru viteza mare de conectare la Internet, România a părăsit, totuși, în ultimii ani, topul primelor 10 țări, înregistrând, în continuare, o infrastructură destul de bună - la jumătatea performanței obținute de Coreea de Sud (7Mbps), dar peste media globală, de 2,9 Mbps.

Numărul mai mare de cetățeni conectați la Internet provine din grupul de vârstă de peste 50 de ani[18].

În privința comunicațiilor digitale mobile, rata de penetrare a telefoanelor inteligente era, în România, de 15-20%, iar tendința de continuă creștere era marcată prin grafice exponențiale. Principalul mijloc de comunicare, în 2012, îl constituia tot schimbul de mesaje text (SMS), aflat în plin avânt, cu 24%, față de

[17] Media Fact Book 2013, Initiative Media S.A., Bucharest, 2013, pp. 17, 21.
[18] *Ibidem*, p. 31.

anii precedenți – în 2012, s-au trimis 13,9 miliarde de mesaje. Volumul traficului de Internet mobil se afla, de asemenea, în creștere, însă într-un ritm mai lent +28,6% față de 2011.

Estimările pentru anul 2013 au anticipat că numărul dispozitivelor mobile conectate la Internet îl va depăși pe cel al PC-urilor cu conexiune Internet.

Deși rețeaua de socializare Facebook a atins, în septembrie 2012, la nivel global, 1 miliard de utilizatori, la nivelul României rețeaua socială se situa în fruntea topului, cu 5,3 milioane de utilizatori români, în timp ce alte rețele rămăseseră în urmă – Google+ înregistrând 370.000 de utilizatori, iar Twitter 66.000 de utilizatori. Cei mai mulți utilizatori de Facebook erau, și probabil că sunt în continuare, cetățenii cu vârste cuprinse între 25 și 49 de ani.

Facebook este reţeaua cu cea mai spectaculoasă creştere la nivel mondial, înregistrând peste 800 de milioane de utilizatori. Pentru o comparație edificatoare, socializarea online de pe acest site a depăşit în frecvenţă utilizarea email-ului. Pentru realizarea unui cont personal nu sunt necesare competenţe digitale avansate, iar administrarea sa este intuitivă şi presupune un proces de învăţare care durează doar câteva zile.

Acesta era, în mare, peisajul online în care s-a desfășurat studiul despre modul în care comunică, din punct de vedere socio și pragma-lingvistic, utilizatorii români de Facebook.

În cercetarea comunicării mediate de calculator o serie de probleme etice au fost ridicate de-a lungul timpului în privinţa drepturilor cercetătorilor şi ale celor cercetaţi, precum şi în privinţa celui sau celor care deţin sau trebuie să acorde drepturile asupra materialelor online care conţin discuţii, mai ales în cazul celor care nu sunt deschise. Discuţiile despre drepturile de autor asupra materialelor online datează din anii '90 şi sunt valabile şi astăzi. Problema spinoasă legată de persoana care deţine drepturile de autor asupra unei anumite intervenţii în cadrul unei discuţii de pe un grup sau în cadrul altei platforme nu a fost rezolvată nici până astăzi. Cei mai mulţi cercetători merg în continuare pe un principiu formulat în 1994 de către Engelhardt şi Wildes[19], care evocă regula maximului beneficiu pentru minimum de rău cauzat. Alţi cercetători, care nu au fost de acord cu acest principiu, preferă şi astăzi să publice integral materialele cercetate în cadrul corpusurilor, cenzurând autorul şi prezentând contribuţiile culese sub anonimat.

Exemplele pentru corpusul acestui studiu au fost culese pe parcursul a doi ani (2012-2014). În urma unei selecții riguroase operate în corpusul inițial, au fost publicate doar exemplele care ilustrau particularitățile lingvistice ale conținutului scris generat de utilizatorii români în mediul online care prezentau un anumit grad de recurență. În afara materialelor ilustrate în acest volum, selecția corpusului a

[19] Tristram Engelhardt, Kevin Wildes, *The Four Principles of Health Care Ethics and Post-Modernity*, în *Principles of Health Care Ethics*, edited by R. Gillon, London, John Wiley & Sons, 1994.

fost constituită, în marea sa parte, din texte culese de pe două conturi de Facebook diferite, de unde a fost observat, săptămânal, un număr de aproximativ 1000 de utilizatori unici. S-a optat pentru cenzurarea numelui de familie sau al celui de-al doilea nume de utilizator, pentru a oferi anonimitate autorilor textelor publicate. Aceste operări inițiale se pot observa în cazul ilustrațiilor cu capturile de ecran, pe care le-am publicat în forma lor nealterată de prelucrări ulterioare. Într-o viitoare etapă, pasul normal ar fi cel de publicare a exemplelor în mediul online, în acord cu standarde la care se lucrează în prezent, cum ar fi indicațiile Proiectului TEI[20] (un proiect al cercetătorilor în comunicarea mediată de calculator care propune o schemă tehnică de notare, transcriere și reprezentare a diferitelor genuri de comunicare), indicații pe care nu le-am putut respecta acum, pe acest suport scris, din motive lesne de înțeles.

Exemplele alese sunt texte scrise de utilizatori români, majoritatea stabiliți în România (din Iași, București, din alte orașe din regiunea Moldovei), dar şi din Republica Moldova. Un număr important de utilizatori, minor, totuși, ca pondere, din totalitatea celor observați, s-a stabilit peste granițe (Anglia, Italia, Franța), iar acest lucru a fost specificat la fiecare exemplu pentru care mențiunea era necesară. Aproximativ 45% dintre utilizatorii urmăriți erau studenți (20-25 de ani) la școli superioare (studii de licență, master, doctorat), 30% erau tineri cu vârste cuprinse între 25-30 de ani, iar restul de 25% aveau vârste de peste 30 de ani.

Deși am propus un studiu descriptiv, am ținut cont, în analiza noastră, de materiale care să nu adune neapărat particularităţi de exprimare neglijentă sau neconformă cu standardele gramaticale, acele materiale din care să nu reiasă utilizarea defectuoasă a limbii prin necunoașterea ei şi să fie supuse spre colectare și scurtă analiză doar cele relevante din punctul de vedere al modificărilor impuse de mediu.

I.3. Structura volumului

În prima parte a lucrării (capitolele I-II), am trasat cadrul general de cercetare a limbii ca preocupare fundamentală în analiza comunicării mediate de calculator (CMC), menționând o parte din presiunile exercitate de canalul de comunicare, ce acționează asupra limbajului natural. Am trecut în revistă principalele studii străine, precum și contribuțiile românești în acest domeniu. Încercarea nouă a constat în găsirea unei rădăcini comune (este vorba de schimbul de mesaje text – SMS) cu varietatea lingvistică ce se manifestă în mediul online, obiectul cercetării noastre. Tot aici au apărut primele tentative de a încadra studiul nostru într-un subdomeniu promovat, inițial, sub denumirea de *Internet Linguistics*.

Partea a doua a lucrării (capitolele III-IV) stabilește metodele cu care am studiat și construit apoi corpusul varietății lingvistice specifice celei mai populare rețele sociale din spațiul Web - Facebook. Am apelat la conceptele și metodologia

[20] Proiectul *Text Encoding Initiative*, http://www.tei-c.org/Activities/Projects/

sociolingvisticii pentru că mediul online și, cu precădere, spațiul Web au un rol social esențial, utilizatorii săi – vorbitorii români – putând fi puși în relație cu temele de studiu centrale ale sociolingvisticii, precum varietatea lingvistică, comunitatea de utilizatori / vorbitori, comutarea de cod, relația limbii române cu limba engleză și alte limbi internaționale în cadrul multilingvismului.

Analiza propriu-zisă a intervențiilor scrise (asincrone) ale utilizatorilor români s-a desfășurat în partea a III-a a lucrării (capitolul V), iar exemplele au fost sistematizate în opt categorii principale, ilustrate sub formă de fișă: secțiunea A (în care am grupat particularități generale grafice, ortografice și lexicale ale limbii „tastate”), secțiunea B (în care au fost strânse exemplele care ilustrează comutarea de cod), secțiunile C și E (care prezintă caracterul ludic și ironic al textelor, prin prezența jocurilor lingvistice, respectiv a mesajelor cu caracter metalingvistic), secțiunea D (în care au fost urmărite principalele tradiții, obiceiuri și evenimente care sunt însoțite de anumite ritualuri de comunicare), secțiunea F (în care se remarcă utilizarea creativă a textului și a imaginilor) și secțiunile G și H (care ilustrează modul în care sunt utilizate anumite elemente lingvistice ale interfețelor platformelor online studiate, precum și modul în care se construiește și se prezintă, cotidian, o narațiune personală, autobiografică).

Studiul principalei platforme sociale (Facebook) și câteva incursiuni în principalul mediu de *microblogging* (Twitter) au identificat teme sociolingvistice și pragmalingvistice particulare, precum ortografia specială a limbii în mediul online, comutarea de cod, jocurile lingvistice, ritualurile de comunicare, mesajele cu caracter metalingvistic, limbajul în text și imagine, sintaxa interfețelor și narațiunea personală.

II. Stadiul actual al cercetării CMC

Concepte-cheie: ● Interacțiunea om-mașină ● Limba „tastată” ● Abaterile creative de la normele lingvistice ● Determinismul tehnologic în cercetări ● Modelul deficitului

„Plus ça change, plus c’est la même chose”.
Jean-Baptiste Alphonse Karr

II.1. Limbă și CMC

Comunicarea mediată de calculator a fost descrisă prin metafora *fractalilor* (imagini și forme digitale, în cadrul cărora o anumită formă se repetă și reapare la nesfârșit, nu numai pe calculator, ci și în natură – pe cochilii, corali, broccoli), pentru modul asemănător în care Internetul, deși o invenție sofisticată a tehnologiei ultimelor decenii, este folosit tot mai mult pentru unul dintre străvechile fenomene – comunicarea[1]. În mod particular, o anumită imagine fractală devine reprezentativă în acest cadru metaforic – spirala, o formă care se regăsește în foarte multe culturi și care pare că pornește de nicăieri și continuă la infinit. Toată lumea resimte frecvența din ce în ce mai mare cu care noutățile tehnologice apar și pătrund în viața cotidiană. Această frecvență extrem de mare face ca date, statistici și studii de ieri să nu mai fie valide mâine și contribuie la o învechire constantă a unor cercetări și studii recente. Însă, mai important de notat și analizat sunt schimbările care se petrec în noi înșine, în experiențele și transformările noastre personale, sociale și culturale. Studiul CMC presupune o gândire sistematică și profundă, într-un câmp de cercetare care evoluează rapid și în care pare că, mereu, țintele și rezultatele cercetărilor se mișcă în permanență și păstrează o distanță constantă cu intențiile cercetătorului, care pare a nu le mai ajunge niciodată. Însă, autorii niciunui studiu și ai niciunei cărți nu au pretins vreodată că în lucrările lor s-au spus, pentru totdeauna, ce era de spus în domeniul respectiv.

Despre Comunicarea Mediată de Calculator a început să se vorbească încă de la apariția primelor prototipuri de e-mailuri, la debutul anilor ’60, moment din care a început să se discute despre și cu mijloacele tehnologiei calculatoarelor[2].

1 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *Computer Mediated Communication. Social Interaction and the Internet*, Sage Publications Ltd., London, 2004, p. 1.
2 *Ibidem*, p. 14.

Deși este dificil să ne gândim acum – sau să ne amintim– că în viața cotidiană din urmă cu cincizeci de ani calculatorul era o raritate, popularitatea computerelor personale (PC-uri) era dată de numărul de unități înregistrate pe fiecare birou, în țările democratice ale anilor '90. La început, lumea academică era preocupată mai puțin de modul în care oamenii comunică cu ajutorul tehnologiei calculatoarelor și se orienta mai mult către interacțiunea dintre om și mașină (*Human-Computer-Interaction* – HCI), către condițiile transferurilor de date și către *designul hardware*. Abia după câțiva ani de la apariția Web-ului, după mijlocul anilor '90, ubicuitatea calculatoarelor personale, utilizate de oameni obișnuiți pentru trimiterea și receptarea e-mailurilor, pentru chat și pentru navigarea pe Web, a adus o popularitate scolastică Comunicării Mediate de Calculator. Din acest punct de vedere, scrierile din perioada '80-'90 pot fi considerate studii clasice, studii ce au pus bazele principalelor teme și subiecte de studiu în CMC.

O serie de definiții au devenit populare din momentul în care s-a produs modernizarea cercetării CMC. În 1997, John December[3] afirma: „Comunicarea Mediată de Calculator este un proces de comunicare umană prin intermediul computerelor, care implică oameni, aflați în contexte particulare, angajați în diferite procese de modelare media pentru multiple obiective", în timp ce Susan Herring, o cercetătoare al cărei nume se identifică, în totalitate, cu studiul CMC contemporan, afirma, în 1996, că „CMC este comunicarea ce se produce între oameni prin instrumentalitatea calculatoarelor"[4].

Indiferent de definițiile diverșilor autori, se poate deduce ce presupune termenul, aruncând o privire atentă asupra temelor de cercetare și a locului în care au fost și continuă să fie publicate cele mai importante studii CMC: „Journal of Computer – Mediated Communication (JCMC)"[5], fondat în 1995. Printre diferitele exemple, un loc comun în paginile jurnalului îl au teme precum:

- comerțul electronic;
- aspectele juridice al frontierei electronice;
- studiul Internetului;
- organizații virtuale;
- jurnalismul online;
- CMC și educația superioară;
- sănătatea și *new media*.

Acestea arată că temele principale de studiu sunt cele care vizează mediul online. Revistele științifice înrudite cu JCMC, în care sunt publicate studii referitoare la CMC, sunt „Journal of Online Behaviour (JOB)", fondat în anul 2000[6], care are

3 *Ibidem*, p. 15.

4 Susan Herring (ed.), *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam: Benjamins, 2006, p. 1.

5 „Journal of Computer – Mediated Communication" (JCMC), http://jcmc.indiana.edu/

6 JCMC Index, http://jcmc.indiana.edu/issues.html

următorul interes major: „Jurnalul Comportamentului Uman este preocupat de studiile empirice ale comportamentului uman în mediul online, precum și cu impactul pe care îl au tehnologiile de comunicare și informare asupra indivizilor, grupurilor, organizațiilor și societății în ansamblu”[7], și „Computers in Human Behaviour”[8], o revistă științifică ce a împlinit treizeci de ani și care se dedică examinării utilizării calculatoarelor dintr-o perspectivă psihologică.

Așadar, în practică, CMC are ca obiect de studiu, în mod specific, comunicarea interpersonală, care are loc în Internet / Web.

Analiza conceptelor cheie din definiție se reduce la urmărirea celor trei termeni constituenți: *comunicare*, *mediată* (mijlocită) și *calculator*.

Comunicarea a fost, pentru o perioadă îndelungată, un teren extrem de alunecos pentru cercetători[9]. În ultima perioadă, chiar utilizarea tehnologiilor a redefinit modul în care percepem comunicarea, fie ea interpersonală, organizațională, media sau de altă natură. Cele mai multe studii CMC, cum e și abordarea noastră comunicațional-lingvistică, urmăresc, totuși, în general, comunicarea interpersonală și interacțiunea socială. De aceea considerăm că înscrierea unui studiu lingvistic al CMC în preocupările sociolingvistice este mai potrivită.

Revenind la comunicare, câteva aspecte au fost semnalate de-a lungul timpului. Schemei simpliste Expeditor-Mesaj-Receptor i-au fost aduse mereu completări și adăugiri. În această privință s-a ajuns la un acord asupra faptului că procesul comunicării este unul complex și dinamic, în care semnificația mesajului nu rezidă în cuvinte, ci este mult mai dependentă de context, context care variază de la loc la loc și de la persoană la persoană. Fără informații contextualizate, nu putem ști cu certitudine dacă prin cuvântul „kiwi” se fac referiri la fruct, la pasăre sau la un nou-zeelandez[10]. Complexității și dinamismului procesului de comunicare i s-a alăturat termenul de *tranzacțional* („negociere de semnificație între indivizi”, ambii transmițători și receptori de informație)[11], cel de multifuncțional (prin comunicare se poate persuada, se pot transmite informații sau se pot cere informații), precum și cel de multimodal (limba joacă un rol hotărâtor, dar mesajele verbale sunt însoțite de metamesaje sau de elemente paralingvistice)[12]:

- vocale, precum tonul, accentul și volumul;
- kinetice – expresia feței, gesturi, posturi;
- aspectul fizic – înălțime, greutate, culoarea pielii;
- diferite artefacte – lumină, decor, vestimentație;
- uzitarea spațiului – orientarea corpului, atingerile, distanța.

---

7 *Ibidem*.
8 „Journal of Online Behavior” (JOB), http://www.behavior.net/JOB/
9 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit*., p. 17.
10 *Ibidem*, p. 17.
11 *Ibidem*.
12 *Ibidem*, p. 18.

În privința termenului mediat (*mediated*), *Dicționarul* secolului al XXI-lea al lui Chambers[13] indică semnificația verbului „a media” (*to mediate*): a transmite ceva sau a fi medium pentru ceva, în timp ce „medium” este mijlocul prin care se produce un efect, iar „medierea” (*mediation*) este „procesul prin care se transmite ceva (indiferent dacă este un mesaj, un sentiment, un sunet sau o apariție fantomatică!)”[14]. Comunicarea, fiind dirijată și dependentă de context în ceea ce privește semnificația, este, prin urmare, mediată prin interacțiunile cu oamenii, prin diverse moduri verbale și non-verbale. Specialiștii în domeniu au identificat mai multe straturi de variabile contextuale care mediază comunicarea[15]:

- psihologice (percepțiile oamenilor, hărțile lor mentale, prototipurile);
- sociale (relațiile dintre oameni, stereotipurile și experiențele individuale);
- culturale (miturile și ideologiile înregistrate la nivelul diferitelor societăți omenești);
- lingvistice sau simbolice (utilizăm o anumită limbă, dar și alte coduri);
- materiale (tehnice);

În privința variabilelor contextuale tehnice, dicționarul menționat creează pluralul „mediumului”, care este „media”, adică „mijloacele prin care se comunică informațiile și știrile”[16].

Deși știm cu toții ce este un calculator (*computer*), în ultimii ani, tehnologiile guvernate de calculatoare, în diferite forme (telefonie, camere video/web care au făcut posibilă comunicarea față în față, precum și alte dispozitive inteligente care se află mereu pe lângă noi), s-au integrat atât de bine în viața noastră cotidiană, încât au devenit invizibile, la fel ca o chiuvetă sau un cuier. În cadrul CMC, cercetătorii iau în calcul dispozitivele folosite pentru comunicarea umană (nu dintre calculatoare, nici dintre roboți și nici procesările informatice, cum ar fi introducerea de date în anumite librării virtuale sau fișiere digitale). CMC s-a referit întotdeauna, prin apropierea sa de științele umaniste, la tehnologiile informatice care facilitează conversațiile dintre oameni, care contribuie la formarea grupurilor și a comunităților și la construirea identităților sociale.

Întregul interes manifestat de câmpul academic pentru schimbările și inovațiile înregistrate constant în câmpul noilor tehnologii nu numai că a sporit numărul celor care își orientează cercetările asupra CMC, ci și colaborarea între autori de diverse specializări. CMC este, prin natura sa, un câmp de studiu multidisciplinar și un „efort comun al multor perspective”[17]. Din acest punct de vedere, CMC este văzut ca un câmp de cercetare (locul în care colaborează specialiști cu pregătiri diferite, dar cu preocupări comune asupra unor subiecte și

13 http://www.chambers.co.uk/dictionaries
14 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit*, p. 18.
15 *Ibidem*, p. 19.
16 *Ibidem*.
17 *Ibidem*, p. 20.

care nu au o convenție asupra terminologiei și nici asupra principalelor concepte), iar nu o disciplină (cu rigorile impuse de propriul curriculum). Pentru foarte mulți cercetători, CMC este o diviziune a unui câmp de studiu mai larg care se numește *Studiile Internetului* (*Internet Studies*). Cercetările asupra Internetului au, deja, două „cartiere generale”, devenite extrem de frecventabile: centrul Universității din Washington, în Statele Unite, și centrul Universității Oxford din Marea Britanie[18], care reunesc, în acest vast câmp de studiu, teme precum:

- studii despre media / jurnalism;
- studii lingvistice;
- studii sociologice;
- studii de antropologie;
- studii de psihologie;
- studii juridice;
- informatică (*computer science*);
- studii asupra educației;
- studii politice;
- studii economice și comerciale;
- studii de medicină și politici medicale.

Așa cum am afirmat anterior, aceste orientări academice sunt posibile prin confundarea Internetului cu principalul și cel mai atractiv serviciu al său, serviciul World Wide Web. La începutul anilor 2000, cercetătorul britanic de media David Gauntlett afirma că ar fi mai util și mai indicat să se discute despre Studii Web[19], propunere cu care unii nu au fost de acord, însă, indiferent de parteneriatele terminologice, cele două denumiri sunt considerate sinonime, deși, în opinia noastră, și vom arăta în lucrarea de față ipotezele de lucru, cele două denumiri nu se referă la același lucru.

Pe lângă vastele preocupări menționate, au apărut și alte manifestări științifice, mai specializate, precum „cybergeografia” (*cybergeography*)[20] sau „cybersociologia” (*cybersocioloy*)[21].

Autori de orientări diferite au putut să se grupeze în organizații precum Asociația Cercetătorilor Internetului (*AoIR – Association of Internet Researchers*)[22] în care și-au putut înscrie preocupările și specializările și au putut să participe la o primă conferință, organizată în anul 2000, unde se specifica[23]:

---

18 Oxford Internet Institute, University of Oxford, http://www.oii.ox.ac.uk/

19 http://www.theory.org.uk/david/book4.htm

20 Cybergeography, http://www.cybergeography.org/

21 *Ibidem*.

22 Association of Internet Researchers (AoIR), http://aoir.org/

23 În original: „Despite great interest, knowledge-building in internet research is hindered by a lack of international, centralized opportunities for scholars from different disciplines to interact. This international conference, the first meeting of the Association

> „În ciuda interesului arătat, acumularea de cunoștințe în studiile asupra Internetului este întârziată din lipsa unor posibilități internaționale centralizate, prin care cercetători din diverse discipline pot să interacționeze. Această conferință internațională, ce marchează prima întâlnire a Asociației Cercetătorilor Internetului, se va axa pe studiul Internetului, văzut ca un câmp de cercetare interdisciplinar”.

În această privință, în studiile asupra Internetului, în general, și a CMC, în particular, suprapunerea unor preocupări de cercetare nu reprezintă o amenințare a unor temelii, ci un prilej de colaborare, într-o perioadă în care interdisciplinaritatea este o măsură a forței științifice.

Limbajul folosit în Internet a purtat, la început, diferite nume (*weblish*, *netlingo*, *geek-speak*, *netspeak*[24]) care, dincolo de rezonanța amuzantă, indicau că limbajul utilizat în Internet este deosebit în mod radical de limbajul obișnuit, astfel încât îi trebuia atribuită o etichetă nouă. Mai mult, opinia generală manifestată cu precădere în presa scrisă era că tehnologiile au distrus limbajul comun.

Desigur, limbajul în sine, format din sunete (foneme), litere (grafeme) și cuvinte (morfeme), care se grupează după reguli sintactice pentru a forma propoziții și fraze, este deprins, în general, de către toți vorbitorii, însă semnificația celor spuse este negociată de către vorbitori. În plus, trebuie ținut cont de context, de situație, de relația cu celălalt vorbitor etc., ceea ce i-a făcut pe numeroși cercetători să se întrebe cum utilizează oamenii limbajul în activitățile lor cotidiene și să se orienteze spre analiza limbii în uz sau a discursului. În timp ce noțiunea de *comunicare* indică, întotdeauna, o perspectivă amplă, nonverbală, noțiunea de *discurs* se referă, în mod direct, la perspectivele lingvistice[25].

Din această distincție, pentru lucrarea noastră, este clar că nu e suficient să ne referim doar la particularitățile limbajului în Internet (*netlingo* − la cum arată limbajul în Internet), ci să urmărim și modul în care este folosit acest limbaj în interacțiunile online (*netspeak* - practicile lingvistice online).

Abordarea sociolingvistică a limbajului în CMC ține cont de câteva aspecte esențiale. În primul rând, pentru că oamenii sunt diferiți și vorbirea lor este diferită, convenția socială decide care mod e superior altuia. Prin urmare, varietatea lingvistică este un unghi de abordare esențial pentru cercetarea noastră. Modul în care oamenii sunt grupați, în funcție de modul în care utilizează limbajul, aduce în plan al doilea criteriu sociolingvistic de abordare a cercetării, cel al importanței comunităților de vorbitori. Multilingvismul (cu componenta comutării de cod) este al treilea factor important în observarea limbajului în Internet.

---

of Internet Researchers, will focus on the internet as a distinct interdisciplinary field for research”. (Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit.*, p. 20).

24 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit.*, p. 118.

25 D. Schiffrin, *Approaches to discourse*, Cambridge, MA, Blackwell, 1994, *apud* Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit.*, p. 120.

Revenind la forma lingvistică (*netlingo*), aceasta este influențată profund de însuși mediul tehnic în care funcționează (este „tastată”) și, prin urmare, arată o comunitate de vorbitori (constituită, la început, în mod exclusiv din specialiști în calculatoare și *hackeri*) care apelează adesea la „jocuri de taste”, la posibilitățile inovatoare pe care le oferă tastatura. Accentul se pune pe viteză, pe dorința de a transmite mesajul în cât mai scurt timp posibil, și pe informal, pe dorința de a fi prietenos. Aceste tendințe lasă loc unor tastări creative și unor abateri importante de la regulile gramaticale tradiționale și de stil.

Unele studii în domeniu (printre care și cel al lui Milena Collot și Nancy Belmore[26]) au arătat că, în Internet, este vorba de un hibrid lingvistic, situat între limba vorbită și limba scrisă și că „limba electronică” este prietenoasă și imediată.

Ca în orice subdomeniu al comunicării, limbajul în Internet depinde de o serie de variabile contextuale, precum canalul utilizat (sincron sau asincron), de participanți, de subiectul de discuție și de scop.

Indiferent de numărul lingviștilor puritani, limbajul în Internet se schimbă în permanență și influențează și norma comună (în afara mediului), iar noi forme de comunicare apar constant (utilizarea replicilor-imagini, a emoticoanelor, a imaginilor animate, a memelor) chiar în mediul online.

II.2. Preocupări lingvistice românești pentru CMC

Lingvistica teoretică românească nu a pierdut contactul cu influențele noilor tehnologii asupra limbii, deși sociolingvistica a fost ruptă de cercetările occidentale din domeniu din considerentele istorice pe care le cunoaștem prea bine. În 2011, Raluca Maria Andriescu publica o teză de doctorat în care analiza, din perspectivă pragmatică și conversațională, *chat*-ul de pe Mirc[27].

Există preocupări ale unor nume importante din lingvistica românească, care au fost făcute publice în rubrici ale unor publicații sau în volume tipărite. Tatiana Slama Cazacu atrăgea atenția, în 2001[28], asupra „compiuterului” în procesul comunicării, în timp ce un capitol din volumul *Elemente fatice ale comunicării în româna vorbită*, al Georgetei Ghica[29], era dedicat analizei funcției fatice a limbajului aplicat comunicării în Internet.

De mult succes se bucură rubrica „Păcatele limbii”[30], semnată constant de Rodica Zafiu, care analizează influențele lexicale exterioare din limba română, inclusiv cele provenite prin filiera tehnică și cea a Internetului.

---

[26] Susan Herring (ed.), *op. cit.*, 1996.

[27] Raluca Maria Andriescu, *Comunicarea mediată de computer*, coord. Liliana Ionescu Ruxăndoiu, Universitatea din București, 2011.

[28] http://www.romlit.ro/compiuterul_i_omul

[29] Georgeta Ghiga, *Elemente fatice ale comunicării în româna vorbită*, Bucureşti, 1999.

[30] http://www.romlit.ro/puti

Lingvistica computațională, la noi, se concretizează în numeroase proiecte digitale (dicționare electronice, corpusuri de texte, traducătoare digitale), conduse de specialiști precum Diana Trandabăț, Dan Cristea sau Dan Tufiș[31].

II.3. Comunicarea mediată de calculator (CMC) – arhetipuri, servicii contemporane și strategii de comunicare

II.3.1. *Interacțiunea om-mașină. Critici privind CMC*

În aproape toate lucrările despre tehnologiile de comunicare, relația om-mașină s-a situat mereu în centrul atenției.

În jurul modului în care oamenii interacționează în prezența mașinilor s-a creat domeniul *Interacțiunii Om-Mașină* (*Human-Computer Interaction* – HCI), în cadrul căruia, un loc important este ocupat de relația dintre formele de comunicare tehnologizată și modelele de interacțiune socială și comunicare interpersonală[32]. Pe măsura progresului tehnologic, subiectul mereu interesant s-a referit la maniera în care oamenii adoptă și se acomodează cu aceste tehnologii, precum și modul în care le utilizează pentru comunicarea cotidiană. Se pot cunoaște mult mai multe lucruri despre natura umană a comunicării atunci când se urmărește ce anume se modifică și ce rămâne neschimbat, când în comunicare apare tehnologia. În același fel, din modul în care aceste tehnologii transformă și sunt transformate de interacțiunea socială, se pot afla noțiuni semnificative pentru studiul științelor comunicării și ale științelor umaniste, în general.

Un termen consacrat în lucrările de specialitate și folosit pentru analogii îl reprezintă cel de „Internet al epocii victoriene"[33] (*Victorian Internet*), care desemnează invenția telegrafului, ce a făcut posibilă comunicarea interumană la mari distanțe, interconectând țări și continente și care a revoluționat societatea informațională și comercială, în același mod în care, astăzi, Internetul a dezvoltat, la o altă scară, aceste posibilități. Apariția telegrafului a avut un impact cum societatea nu mai cunoscuse de la apariția tiparului. Ca și în cazul Internetului, principala caracteristică revoluționară a telegrafului a fost viteza de propagare a mesajului, de mii de ori mai mare decât viteza mijloacelor de transport prin intermediul cărora oamenii schimbau mesaje – cai, trăsuri, trenuri, vapoare. Telegraful a fost primul canal de comunicare în care emiterea și receptarea mesajului se petrecea aproape simultan.

---

[31] Cei trei specialiști semnează și seria de studii *Limba Română în era digitală*, o publicație Springer, în care semnează alături de Elena Irimia și Verginica Barbu Mititelu.

[32] Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit.*, p. 36.

[33] Tom Standage, *The Victorian internet: The remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*, New York, Walker, 1999.

În această privință, Internetul a avut înainte precursori în tehnologia comunicațiilor, precum telegraful, telefonul, tiparul, radioul și televiziunea. Oamenii au creat modalități de a transmite, stoca și manipula informații de secole, dacă nu chiar milenii, cu impacte majore în viața cotidiană.

Ursula Franklin constată[34] că toate tehnologiile, nu doar cele care privesc comunicarea, se dezvoltă în două stadii:

1. La început, inovația este un artefact al celor bogați, al specialiștilor sau al entuziaștilor. Aceștia văd în inovație o nouă formă de libertate și un control mai mare asupra propriei vieți (televizorul, radioul, mașina de spălat).

2. După o perioadă, inovația se propagă în viața cotidiană a tuturor, devenind ușor de utilizat și fiind acceptată la o scară largă. Oamenii sunt aproape constrânși să utilizeze noua tehnologie și să depindă de ea.

O tehnologie „matură" are un anumit grad de invizibilitate. Atunci când oamenii folosesc acea tehnologie ca pe o banalitate, acea tehnologie înseamnă că s-a integrat și a devenit parte a vieții comune. „Când te uiți la telefon, nici nu ne entuziasmăm, nici nu suntem sceptici, telefonul a devenit invizibil și acesta este semnul după care recunoaștem o tehnologie ajunsă la maturitate: pur și simplu nu o mai observăm"[35].

Jane Gackenbach și Evelyn Ellerman au demonstrat, în 1998, că acest model se aplică foarte bine în cazul radioului care, dintr-o aplicație militară la îndemâna unui mic număr de entuziaști, a fost înghițită ulterior de piață, pentru scopuri comerciale, educaționale sau de altă natură.

Cazul radioului se aplică, acum, și calculatorului personal, cu excepția că investiția într-un astfel de echipament, a cărui uzură morală este impusă foarte mult de evoluția pieței de *software* și de alte aplicații, este destul de mare și trebuie făcută în mod regulat. În multe părți ale globului, oamenii nu își permit o astfel de investiție și rămân izolați din punct de vedere digital (*digital divide*) și în afara societății bazate pe cunoaștere.

Un alt punct important pe axa dezvoltării tehnologice este reprezentat de momentul în care „fiecare nouă tehnologie impune apariția unei perioade de reorganizare și reflexie socială și culturală, iar uneori chiar anxietate și conflict"[36]. Societatea civilă are momentele ei de apogeu, când se poartă discuții și se anticipează ce poate aduce bun și rău noua inovație tehnică, uneori exagerându-se aproape în mod ridicol unele beneficii sau așa-zise pericole grave (în istoria unor astfel de perioade de dezbatere, s-a spus de multe ori că vorbitul îndelungat la telefonul fix cu disc poate cauza surzire sau că există pericolul ca organismul uman să se dezintegreze atunci când o mașină atinge o anumită viteză). O întreagă serie

[34] Ursula Franklin, *The Real World of Technology*, Anansi, 1990, 1999.
[35] Tom Standage, *Cybertalk*, http://www.open.edu/openlearn/whats-on/ou-on-the-bbc-digital-planet-bbc-world-service
[36] Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit.*, p. 39.

de profeții ale impactului tehnologiei se polarizează prin opiniile extreme, prin acel val uriaș făcut de o tabără (*hype*)[37] și isteria lansată de tabăra „adversă”.

Astfel, atunci când apare, o nouă tehnologie poartă în jurul său dezbateri utopice și distopice. Utopia apărută odată cu Internetul a consemnat că susținătorii *hype*-ului au văzut, prin simplificare, că există o echivalență între tehnologie și progres, iar progresul este întotdeauna calea mai bună decât cea anterioară. Se atrăgea atenția asupra faptului că, atunci când oamenii aleargă pentru achiziționarea ultimei apariții în domeniul tehnologic, nu întotdeauna acea versiune este una cu adevărat mai bună decât versiunea anterioară și că este doar o capcană comercială la care recurg, adesea, cam toți producătorii. Exemplul se observă și astăzi în politicile producătorilor de telefoane mobile inteligente (*smartphones*), care au determinat o iterație minimală, o îmbunătățire minoră pentru fiecare produs din noua serie, față de vechile modele, vechi însemnând un an-doi.

S-a impus, cu timpul, calculatorul subiectiv, calculatorul din posesia indivizilor care aruncă asupra lui proiecțiile fricilor și ale aspirațiilor personale, asemenea unui „desen de cerneală Rorschach”, utilizat de psihologi. Analogia cu desenul de cerneală desemnează faptul că, de fapt, oamenii vorbesc mai mult despre ei, cu prilejul noilor tehnologii, decât despre tehnologiile în sine.

Cu timpul, succesiunea inovațiilor tehnologice a impus un curent ideologic, pe care Daniel Chandler[38] îl descria ca fiind conceptul prin care se consideră că tehnologiile sunt principalul mijloc care determină, la nivel macro-social, schimbări sociale și istorice, iar la nivel micro-social, subtile și profunde influențe produse de utilizarea unui anumit tip de unelte. Acest determinism nu este una dintre cele mai bune modalități de a explica relația dintre noile tehnologii de comunicare și interacțiunea socială, pentru că nu ia în considerare o serie de teme, dintre care unele nu sunt chiar secundare – factori sociali, economici, guvernamentali și culturali. Acest mod de ataca ideile axate pe determinismul tehnologic se poate extinde și asupra studiilor legate de comunicarea mediată de calculator (CMC). Oricând un autor pretinde anumite interpretări, trebuie observat dacă nu cumva ipotezele și concluziile sale sunt determinante din punct de vedere tehnologic sau, altfel spus, dacă nu cumva studiile nu cad în capcana determinismului tehnologic.

Jonathan Sterne încearcă să contracareze aceste pretenții exagerate care se făceau și încă se mai fac în legătură cu Internetul, „aruncând” Internetul, o

---

37 *hype* = „a situation in which something is advertised and discussed in newspapers, on television etc. a lot in order to attract everyone's interest” (*Cambridge Dictionaries* Online) / „O situație în care un produs este popularizat prin reclame și articole în media, pentru a atrage interesul tuturor”.

38 Daniel Chandler, *Technological or media determinism*, http://www.aber.ac.uk/media /Documents/tecdet/tdet01.html

tehnologie banală, în centrul dezbaterii între tehnofili și tehnofobi[39]. Banalizarea se apropie de invizibilitatea tehnologică (vezi *supra*), maturizarea unei tehnologii care nu mai este un domeniu al noutății, ci este pur și simplu integrată în viața cotidiană. Sterne îi încurajează pe cercetătorii preocupați de sfera Internetului să recunoască în mediul online caracterul dinamic, ideologic și cultural, dar și să respecte inseparabilitatea vieții sociale online de cea offline.

Apropierea de determinismul tehnologic poate fi mai mare, când echivalarea dintre tehnologie și progres este totală, sau mai mică, când se păstrează o anumită distanță și se recunoaște că, alături de alți factori, și tehnologiile facilitează și influențează schimbările sociale și culturale. În schemă apare un nou concept ideologic, cel al „constructivismului social”, care elimină acest determinism ideologic și declară că tehnologiile sunt subordonate contextelor socio-istorice și culturale în care sunt utilizate. Există, din acest punct de vedere o aprigă dezbatere între inovație și apropriere, între ceea ce o tehnologie a fost proiectată să facă și ceea ce face de fapt[40]. De aceea, cercetătorii din câmpul comunicațional încearcă să constate care sunt utilizările și gratificările acestor canale de comunicare, să vadă cu ce se alege utilizatorul din folosirea acestor tehnologii pentru comunicare.

La o distanță considerabilă de determinismul tehnologic și orice formă de ideologie situată la extreme, principala observație adusă comunicării mediate de calculator a fost că reprezintă un mijloc defectuos de comunicare, pentru că Internetul impune anumite restricții asupra calității comunicării și pentru că impactul mediului asupra comunicării și asupra relațiilor offline este unul negativ. Internetul oferă o comunicare nocivă pentru că îi îndepărtează pe indivizi de relațiile „reale”. În acest sens, comunicării mediate de calculator i s-au atribuit caracteristicile de asocială (rece și neprietenoasă) și antisocială (diminuează frecvența întâlnirilor și a comunicării fața în față)[41]. Aceste opinii intră într-o tumultoasă contradicție cu credințele că Internetul conduce, în general, la îmbunătățirea și solidificarea legăturilor sociale, prin faptul că ajută oamenii să comunice dincolo de tradiționalele granițe geografice și sociale și că este un mediu favorabil care încurajează legarea de noi prietenii și apariția de noi comunități pe marginea unor preferințe și preocupări comune.

Aceste critici acerbe cad, de regulă, în acea generalizarea nocivă în care se mai găsesc, însă la polul opus, ideologiile determinismului tehnologic și al constructivismului social. Tabloul amplu este unul mult mai complex, iar utilizatorii sunt diferiți între ei, fiecare manifestând anumite priorități și nevoi.

---

39 Jonathan Sterne, *Thinking the internet: cultural studies v. the millenium*, în S. Jones (ed.), *Doing Internet Research: Critical issues and methods for examining the net*, London, Sage, 1999, p. 258.

40 Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *op. cit*., p. 42.

41 *Ibidem*, p. 46.

Un exemplu propus de autor[42] pentru a ilustra modul în care o critică asupra tehnologiei este îndreptățită, este cel al televiziunii. Una dintre criticile aduse televiziunii este faptul că ne leagă de canapele și ne determină să nu mai discutăm unii cu ceilalți atunci când suntem în fața ecranului. Critica este justificată, însă s-a constatat că televiziunea are rolul de a lega discuții și relații mai târziu, de exemplu la locul de muncă, atunci când, în pauze, oamenii adunați în anumite locuri în care se socializează (*the water cooling effect*, efectul aparatului cu apă rece) discută despre cele vizionate la televizor cu o seară înainte sau despre mult așteptatul serial sau orice altă emisiune care le trezește interesul și care va fi difuzat în aceeași seară sau o zi mai târziu etc.

Criticile aduse Internetului se grupează în argumente extrem de populare și astăzi, pentru că sunt mereu aduse în discuție de către jurnaliști și specialiști în comunicare. Prin urmare, adesea, s-a scos în evidență faptul că, spre deosebire de comunicarea față în față, comunicarea mediată de calculator este împovărătoare, impersonală, rece și lipsită de eficiență. În acest fel, s-a generalizat o viziune asupra comunicării mediate de calculator, prin care această formă de comunicare incită la agresivitate, exhibiționism etc. La aceste critici s-a răspuns, metodic, prin încercări de a stabili dacă, într-adevăr, comunicarea mediată de calculator este rece, împovărătoare și lipsită de eficiență tot timpul, acceptându-se ideea că ar putea fi vorba și de asemenea neajunsuri.

Cele mai multe studii timpurii ale comunicării mediate de calculator au abordat *metoda deficitului*[43], care presupune că, în cadrul comunicării mediate de calculator, formei de comunicare de tip text – comunicarea mediată de calculator bazată pe text – îi lipsesc calitățile comunicării față în față, prin urmare, e deficitară. Studiile care se bazează pe reliefarea deficitului (modelul prezenței sociale, modelul bogăției media) clasează foarte jos comunicarea bazată pe text.

Aceste studii au reușit să creeze impresia că, întotdeauna, comunicarea față în față este dezirabilă, ba, mai mult, că orice tip de comunicare, mai ales comunicarea față-în-față, este o comunicare reușită. Abia Nikolas Coupland a sesizat, în 1991, că orice comunicare este o potențială lipsă de comunicare, că poate să eșueze[44]. Așadar, mediată sau nu, nicio formă de comunicare nu este perfectă. L-a urmat Joseph Walter, în 1992[45], care, dezamăgit de modelele deficitului care generalizau lucruri pe care individul le făcea, în mod curent, în cotidian, a propus modelul de procesare a informației sociale (Social Information Processing – SIP).

---

42 *Ibidem*, p. 47.

43 *Ibidem*, p. 48.

44 N. Coupland, J. Wiemann, H. Giles, *Talk as 'problem' and communication as 'miscommunication': an intergrative analysis*, în N. Coupland, H. Giles, J. M. Wiemann (eds), *'Miscommunication' and problematic talk*, Newbury Park, CA: Sage, 1991, pp. 1-17.

45 J. B. Walther, *Interpersonal effects in computer mediated interaction: a relational perspective*, în „Communication Research”, 19, 1992, pp. 52-90.

Prin acest model, autorul făcea distincția între modul în care cercetătorii modelează comunicarea mediată de calculator în teorie și modul în care oamenii chiar comunică prin intermediul tehnologiilor. Aceste tehnologii nu elimină esența dorinței pentru legătura socială și, prin urmare, nu este nicio distincție, din acest punct de vedere, între comunicarea fața în față și cea mediată de calculator. În timp, și vom arăta și noi cum se realizează acest lucru, utilizatorii au reușit să compenseze aspectele non-verbale sau paraverbale așa cum presupunea, în 1992, Joseph Walter.

După Erving Goffman, oamenii consumă o mare parte din timp cu managementul impresiilor[46], creându-și, în permanență, impresii asupra celorlalți și încercând să influențeze modul în care pot crea impresii despre ei înșiși. În această privință, comunicarea sfârșește întotdeauna prin a fi un joc informațional. În acest sens, prin comunicarea mediată de tehnologie se joacă același joc informațional care se joacă în toate formele de comunicare. În comunicarea mediată de calculator, utilizatorii ar trebui să recurgă la oricare dintre mijloacele aflate la îndemână pentru a crea impresia potrivită sau pentru a-și forma o impresie pozitivă despre celălalt[47]:

- Se folosește tastatura în mod creativ, precum formele cu majuscule sau acronimele (LOL, ROTFL) sau *emotes* – cuvinte sau propoziții scurte, pre-programate pentru a exprima, în mediul online, diverse sentimente și comportamente.

- Au apărut marcatori noi de identificare, precum sufixele site-urilor sau ale adreselor de e-mail personale (.ro, .com. .info) sau poreclele digitale, alias-urile.

- Din această cantitatea mare de text se pot deduce și cuantifica elemente de vocabular, gramatică și stil, în modul de comunicare al utilizatorilor. Și chiar dacă identitatea poate fi ascunsă, există reguli (de politețe, de *netichetă*) prin care fiecare trebuie să divulge anumite elemente de identificare reală.

- Multimodalitatea este în continuare prezentă. Orice individ folosește pe rând, deși proporțiile pot varia, tipuri alternative de comunicare. Așadar, niciodată comunicarea mediată de calculator nu va fi singura formă de comunicare pentru un individ, decât dacă acel individ nu se mai ridică din fața ecranului, ceea ce reprezintă o excepție.

Joseph Walter a continuat munca de cercetare și, în 1996, a propus conceptul de comunicarea hiperpersonală în CMC[48], prin care se arată că, spre deosebire chiar de comunicarea față în față, comunicarea mediată de calculator este mult mai socială, intimă și prietenoasă, adică depășește nivelurile interpersonale.

[46] Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY Doubleday-Anchor, 1959.

[47] Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic, *Computer Mediated Communication. Social Interaction and the Internet*, Sage Publications Ltd., London, 2004, pp. 52-53.

[48] J. B. Walther, *Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction*, în „Communication Research”, 23, 1996, pp. 3-43.

Conceptul său se bazează pe trei raționamente prin care comunicarea mediată de calculator împlinește utilizatorul mai mult decât alte forme de comunicare:

- Fiecare utilizator aparține unui grup de membrii cărora le împărtășește ideile, opiniile și stările sale, iar această calitate de membru îi face să creadă că sunt cu mult mai asemănători (cel puțin în aceste privințe ale expresiei) decât sunt în mod real.
- Invizibilitatea oferită de mediul online rezolvă impedimentul înfățișării, prezent la unii indivizi, care, astfel, se concentrează mai bine pe mijloacele de expresie a sinelui, care contribuie la stabilirea unui mediu mai relaxat.
- Mijloacele de comunicare asincrone din cadrul comunicării mediate de calculator (e-mail-ul sau alte forme ale schimburilor de mesaje) oferă răgazul necesar pentru gândire, utilizatorul având timpul necesar pentru a-și construi mesajele cu atenție înainte de a le trimite destinatarilor.

Continuând pe această linie, James Katz și Ron Rice (2002) au găsit o sinergie între activitățile online ale utilizatorilor și activitățile offline sau activitățile din „lumea reală”[49]. Astfel, Internetul este considerat și utilizat ca o extensie și o formă de îmbunătățire a rutinelor zilnice ale oamenilor.

Dacă Rice și Katz au coborât cercetarea din răceala înălțimilor și au studiat de la nivelul utilizatorilor cum folosesc oamenii Internetul pentru comunicare, Malcolm Parks și K. Floyd au urmărit ce tipuri de relații stabilesc utilizatorii comunicând prin intermediul tehnologiilor și au constatat că[50]:

- În cadrul grupurilor de știri (fostele grupuri de discuție) relațiile interpersonale sunt comune, iar uneori chiar romantice. Relațiile comune erau menținute printr-o comunicarea săptămânală, în timp ce pentru cele romantice schimburile de mesaje se petreceau cu o frecvență mai mare, zilnică chiar sau de mai multe ori pe zi.
- În cadrul jocurilor virtuale (MOO)[51], toți participanții au dezvoltat relații de prietenie, prietenie apropiată și chiar relații romantice[52].

S-a constatat că utilizatorii se împrietenesc și chiar se îndrăgostesc, în *cyberspațiu*, de alți utilizatori, iar o mare parte dintre aceste relații migrează chiar din mediul online în cel offline. Cercetătorii menționați constatau că, în această privință, linia care desparte mediul online de viața reală este foarte fină și, uneori, imposibil de trasat pentru a face distincții categorice.

---

49 J. E. Katz, R. E. Rice, *Social consequences of internet use*: *Access, involvement, and interaction* (Capitolul 9: *Involvement examples: evidence for an ‘invisible mouse’?*), Cambridge, MA: MIT Press, 2002, pp. 161-200.

50 M. R. Parks, K. Floyd, *Making friends in cyberspace*, în „Journal of Computer-Mediated Communication”, 1 (4), 1996.

51 MOO este un MUD – Multi-User Dungenoun Orientat pe Obiecte.

52 M. R. Parks, L. D. Roberts, ‘*Making MOOsic’: the development of personal relationships on line and a comparison with their off-line counterparts*, în „Journal of Social and Personal Relationships”, 15, 1998, pp. 517-537.

Katz și Rice au tras următoarele concluzii, în urma studiilor menționate: oamenii își petrec majoritatea timpului online formând și menținând relații constituite în adevărate rețele de socializare (prin intermediul unor platforme care răspund, în mod tehnic, unor cerințe reale de inter-relaționare, oferind modalități multiple și mai complexe prin care utilizatorii să poată stabili și menține relații online). Relațiile studiate de cei doi autori erau grupate în jurul unor subiecte precum[53]:

- grupurile de sprijin pentru bolnavi;
- mentorat și antrenament educațional;
- activități familiale;
- contribuții caritabile;
- hobby-uri și jocuri online/offline;
- conectarea comunităților etnice;
- planificarea unor întâlniri cu prietenii sau a unor reîntâlniri festive;
- planificarea unor întâlniri cu caracter politic.

Studiile incipiente despre comunicarea mediată de calculator aveau ca defect major, sesizat de Russell Spear, în 2002, modul prin care echivalau eficiența socială cu eficiența tehnologică[54], deși posibilitățile tehnice limitate ofereau un număr mai mic de informații care să fie cercetate. Tehnologia care limitează informația nu afectează, totuși, esența comunicării.

II.3.2. *Sisteme (tipuri) și strategii textuale în CMC*

Mai mulţi autori arătau că studiul comunicării asincrone bazată pe text (*text based CMC*) trebuie să vizeze serviciile prin care se poate realiza o astfel de comunicare: e-mail (fie unu la unu, fie unu la mai mulţi), discuţiile pe baza listelor de e-mail, buletinele de discuţii, precum şi „numărul în creştere de manifestări pe Web ale acestui tip de comunicare"[55]. Se arată că, pe măsură ce tehnologiile evoluează, se modifică şi tipul CMC. Uneori se manifestă divergenţa, ca în cazul contrastelor dintre formele audio-vizuale şi text, alteori convergenţa, ca în cazul amalgamului de resurse oferite de către anumite pagini Web. În acelaşi timp, forme clar delimitate odată, sincrone (în timp real) şi asincrone, coexistă în spaţiul Web. În timp ce noi încercăm să identificăm şi să analizăm formele speciale ale Web-ului, autorii exclud acest serviciu, axându-se pe serviciile menţionate mai sus.

---

[53] *Ibidem*, p. 55.

[54] R. Spears, M. Lea, R.-A. Corneliussen, Walter Haar, T. Postmes, *Computer-mediated communication as a channel for social resistance: the strategic side of SIDE*, în „Small Group Research", 33, 2002, pp. 555-574.

[55] Alexander Romiszowski, Robin Mason, *Computer-Mediated Communication*, în David H. Jonassen (ed.), *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, 2004, p. 397.

CMC este, în această privinţă, „procesul prin care oamenii creează, schimbă şi primesc informaţii, folosind sisteme electronice de telecomunicaţii în reţea, care facilitează codarea, transmiterea şi decodarea mesajelor”[56], fapt ce ilustrează că definiţiile recente se bazează pe aspectele sociale ale comunicării şi nu pe caracteristicile tehnice *software* sau *hardware*. „CMC nu este doar o unealtă; este în acelaşi timp tehnologie, mediu şi motor al relaţiilor sociale”[57].

Una dintre principalele distincţii făcute în CMC este cea între comunicarea sincronă (în timp real) şi cea asincronă (cu întârziere). Comunicarea sincronă este foarte asemănătoare cu discuţia faţă în faţă, realizată între două persoane sau cu convorbirea telefonică realizată între două persoane. Există foarte multe tipuri de software prin care se realizează o asemenea comunicare, fie că ne referim la cele de tip IRC (Internet Relay Chat), fie că aducem în discuţie diferite forme de mesagerie instant (*instant messaging*). În comunicarea asincronă există o perioadă variabilă de timp între momentul în care un mesaj este trimis şi cel în care este citit de către destinatar (ca în cazul e-mail-ului). Formele asincrone sunt mai numeroase. O analogie în afara mediului electronic ar putea fi făcută cu trimiterea şi primirea unei scrisori sau cu expedierea şi receptarea unui fax.

În comunicarea mediată de calculator, procesul complex al interacţiunii între utilizatori este dat de natura permanentă a comunicării scrise, alături de viteza şi dinamismul comunicării verbale. Posibilităţile de interacţiune şi *feedback* sunt aproape nelimitate, potenţialul comunicării fiind determinat doar de resursele de creativitate, imaginaţie şi implicare personală ale participanţilor.

În ceea ce priveşte criteriile de delimitare între natura orală sau textuală a comunicării mediate de calculator, se respinge, în ultimul timp, o dihotomie clară între cele două aspecte, constatând că acest tip de comunicare, cu precădere componenta asincronă, este, în mod simultan, atât limbă vorbită, cât şi scrisă. Păstrarea şi arhivarea („salvarea”) informaţiilor anterioare şi apelarea ulterioară la aceste resurse, în special pentru reutilizarea textelor pentru încadrarea lor în noi mesaje, aduc o complexitate remarcabilă comunicării, care nu este posibilă în conversaţia faţă în faţă. Dintr-o perspectivă teoretică post-structuralistă, calculatorul a promis redefinirea relaţiei dintre autor, cititor şi spaţiul scris[58].

Una dintre criticile aduse CMC referitoare la dinamica actului de comunicare este aceea că doar un număr mic de participanţi sunt activi şi domină discuţia, în timp ce cea mai mare parte a participanţilor, deşi citesc intervenţiile făcute, rămân pasivi şi nu aduc contribuţii proprii. Aceştia au fost denumiţi

---

[56] *Ibidem*, p. 398.

[57] *Ibidem*.

[58] Vezi Alexander Romiszowski, Robin Mason, *Computer-Mediated Communication*, în David H. Jonassen (ed.), *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*, p. 399.

lurkers[59]. „Lurkerii" consumă pasiv o astfel de discuţie electronică. Însă acest lucru a fost remarcat şi într-o discuţie faţă în faţă în cadrul unui grup, de aceea critica adusă rămâne deschisă unor cercetări şi clarificări. În cadrul grupului, nu toţi membrii participă activ, dimpotrivă, cei mai mulţi sunt receptori ai mesajului fără să aibă nicio intervenţie orală. Este vorba despre auditorii definiți de E. Goffman drept persoanele care asistă la conversație, fără să intervină[60].

Sistemele Internet de CMC sunt într-o permanentă creştere şi adaptare. Pe lângă tradiţionalele sisteme asincrone CMC, cum ar fi e-mail-ul, listele de e-mail şi forumurile de discuţii, astăzi se utilizează, din ce în ce mai mult, sisteme sincrone alternative de comunicare, cum ar fi tablele virtuale, sistemele IRC, conferinţele Web audio sau video şi o întreagă suită de aplicaţii destinate grupurilor de utilizatori (*groupware*).

Într-un studiu ce urmărea schimbul cooperant de informaţii interculturale în contextul comunicării asincrone mediate de calculator, prin intermediul unui forum, autorii remarcau că utilizarea iniţială a mijloacelor de comunicare asincrone prin intermediul calculatorului aducea un spor de viteză în comparaţie cu clasica scrisoare sau cu serviciul poştal (*snail mail*[61]), pentru ca apoi să capete un pronunţat contur propriu[62]. Văzută ca un amestec de trăsături ale limbii vorbite şi ale celei scrise, aşa cum reiese şi din utilizarea constantă a unor noţiuni precum „chat" sau „discuţie", comunicarea mediată de calculator prezintă pronunţate particularităţi discursive proprii. Utilizarea calculatoarelor şi a altor dispozitive electronice de către cei cu o minimă aptitudine pentru mânuirea lor s-a dovedit a fi din ce în ce mai îndreptată spre schimbul de informaţii şi alte activităţi comunicative, dintre care, notabile sunt şi cele educative. Crearea, spre exemplu, în Uniunea Europeană, a unor proiecte educaţionale, grupate în jurul folosirii noilor tehnologii, care au implicat, simultan, peste zece state, cum ar fi *International E-mail Tandem Network*[63], încerca să contureze profilul unei Europe unită prin diversitatea culturală şi autonomă, încurajând competenţele comunicative şi

---

59 „lurker" – internet: „somebody who watches discussion" / „observator pasiv"– (http://www.wordreference.com/enro/lurker).

60 E. Goffman, *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*, Garden City, New York, Doubleday & Co, Inc., 1967; *Forms of Talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1981, *apud* Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația: structuri și strategii: sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All Educational, București, 1999, p. 41.

61 Numit așa pentru viteza sa redusă (de melc – engl., *snail*).

62 Vezi Sandra J. Savignon, Waltraud Roithmeier, *Computer-mediated Communication: Texts and Strategies*, în „CALICO Journal", 21 (2), 2004, p. 266.

63 Proiect prin care un utilizator, vorbitor nativ al unei limbi A, care dorește să învețe o limbă străină B, corespondează, prin intermediul poștei electronice, cu alt utilizator care vorbește, nativ, limba B și dorește să capete competențe lingvistice în limba A (http://tandem.uni-trier.de/Tandem/etandem/etindex-en.html).

culturale. Spre deosebire de comunicarea faţă în faţă, comunicarea asincronă, realizată prin intermediul calculatorului, le permitea studenţilor implicaţi în astfel de proiecte, mai ales în cadrul acelora de deprindere a unei limbi străine, mai mult răgaz pentru interpretarea şi aprofundarea noţiunilor învăţate, în timp ce, prin natura mediului, se urmărea găsirea de modalități de compensare asupra unor forme de manifestare a limbajului, între care se află comunicarea prin intermediul paraverbalului, precum tonul sau intonaţia. „Pe măsură ce interpretau texte şi se decideau cum să răspundă, studenţii şi-au dat seama că pot reutiliza cuvinte şi structuri din intervențiile lor precedente”[64]. Aşa s-a putut contura definirea unor strategii referitoare la text, în comunicarea asincronă mediată de calculator. Referitor la colaborarea realizată pentru construcţia de text şi context, autorii indică nivelul lexical, la care se observă cel mai bine această strategie, participanţii alegând şi utilizând, adesea, cuvinte sau o anumită terminologie folosită deja anterior. Aceste cuvinte, folosite şi refolosite, creează o coeziune globală, asemănătoare cu cea pe care o găsim în discursul scris.

O altă strategie, care contribuie la coeziunea globală a textelor şi care, în acelaşi timp, exprimă un punct de vedere propriu, este constanta referire la intervenţiile altor participanţi[65]. De multe ori se citează o intervenţie precedentă, în jurul căreia se construieşte apoi propria argumentare, fie că intervenţia citată este cea care a declanşat discuţia, fie că este un text interesant al unui coleg. Această strategie persuasivă a citatului are „drept efect modificarea forței și intențiilor inițiale”[66]. Alteori, în cadrul acestor forumuri, se face referire doar la numele de utilizator al celui care a avut o intervenţie precedentă. Contractul încheiat în aceste forumuri este că, aproape în mod obligatoriu, postările precedente trebuie măcar scanate, dacă nu citite cu foarte mare atenţie. Nu rareori, în intervenţiile asincrone scrise apar concesiile sau disputele.

În concluziile studiului realizat, autorii constată că există coeziunea şi coerenţa necesare pentru a califica intervențiile drept text şi că strategiile de colaborare pentru crearea de texte şi contexte puternice, înlănţuite, sunt extrem de bine folosite în comunicarea asincronă mediată de calculator, un mediu contemporan de comunicare foarte bine conturat.

---

[64] Sandra J. Savignon, Waltraud Roithmeier, *Computer-mediated Communication: Texts and Strategies*, în „CALICO Journal”, 21 (2), 2004, p. 267.

[65] *Ibidem*, p. 274.

[66] Camelia Mihaela Cmeciu, *Strategii persuasive în discursul politic*, Universitas XXI, Iași, 2005, *apud* Luminița Hoarță-Cărăușu, *Teorii și practici ale comunicării*, Ed. Cermi, Iași, 2008, p. 394.

II.3.3. *Serviciul de transmitere de mesaje text, model fundamental de utilizare a limbii în cadrul CMC pentru exprimarea de sine*

Despre așa-numita „generație Net” se consideră, și pe bună dreptate, că excelează în utilizarea media și că reinventează constant practicile de comunicare și creează noi convenții lingvistice[67]. Studiul coordonat de Crispin Thurlow, unul dintre autorii importanți ai domeniului, este centrat pe analiza calitativă a unor mesaje text (sms – *short message service*), urmărite din perspectiva formelor lingvistice și a practicilor comunicaționale, înglobate analizei discursului.

La data realizării studiului, ubicuitatea și necesitatea telefoanelor mobile, în scopuri generale și pentru mesaje text în particular, erau ilustrate cu date statistice generoase. În prezent, cele două caracteristici s-au extins și mai mult odată cu înlocuirea telefoanelor simple cu doar câteva facilități de bază (*feature phones*) cu telefoanele și tabletele hibrid inteligente. Deși acestea sunt folosite, cu precădere, conectate la Internet, serviciul mesageriei de tip text nu numai că este extrem de popular în continuare, dar acest tip de comunicare a fost extins și prin apariția numeroaselor servicii Web, care se bazează pe forme de comunicare similare.

Schimburile de mesaje text respectă principiile de simplitate, scurtime și diminutivizare enunțate de Umberto Eco pentru a caracteriza comunicarea modernă[68]. Și în cazul mesageriei text, imperativul comunicațional care guvernează societatea de astăzi a impus ca această tehnologie, ca majoritatea altor tehnologii, de altfel, să fie la început apanajul sferei comerciale, pentru ca apoi să se extindă în plan social și să fie nelipsită din relațiile sociale.

Popularitatea consumului media și schimbului de informații în rândul tinerilor nu mai este de mult o noutate. În privința tehnologiei sms, mai mulți cercetători au arătat[69] că utilizarea telefoanelor mobile ar fi o repercusiune a planurilor adulților care proiectează viitorul copiilor. Apariția telefoanelor inteligente și a celorlalte dispozitive mobile conectate la serviciile Web și a exploziei multimedia au făcut ca aceste dispozitive să fie extrem de atractive pentru tineri și copiii de vârste din ce în ce mai fragede.

Pentru foarte mulți cercetători, mesageria text a fost similară cu alte forme de comunicare de pe Web. Chiar pentru mulți critici ai „noilor hieroglife”, varietatea lingvistică utilizată pe Internet a fost considerată la fel de nocivă pentru

---

[67] Vezi Crispin Thurlow, *Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging Discourse Analysis Online*, 2003, http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003.html

[68] Umberto Eco, *Diminutive, but perfectly form*, în „Guardian Newpaper”, 20 April 2002.

[69] C. Griffin, *Representations of youth: The study of youth and adolescence in Britain and America*, Cambridge, Polity, 1993.

limbă ca și schimbul de sms-uri[70]. În plus, din moment ce telefoanele mobile erau considerate „mici terminale pentru comunicarea bazată pe text”[71], încadrarea cercetării schimburilor de mesaje text în sfera amplă a comunicării mediate de calculator (CMC), a cărei principală caracteristică este textualitatea, nu era lipsită de sens. În mod clar, distincțiile realizate de Susan Herring[72], potrivit cărora limba este afectată de tehnologie (mediu), prin intermediul unor variabile, cum ar fi sincronicitatea (dacă schimbul de mesaje are loc în același timp sau există o pauză), granularitatea (care arată cât de lung sau de scurt este un anumit mesaj) și multimodalitatea (care ține seama de adăugarea de elemente grafice, sonore sau video – multimedia) și alte variabile non-lingvistice, dintre care pot fi amintite relația, așteptările și motivația comunicatorilor, clasifică schimbul de mesaje text în cadrul CMC.

Studiul la care facem referire s-a desfășurat în două direcții. Cercetătorii au dorit să afle de la tinerii intervievați în ce scop folosesc mesageria sms și în ce mod experimentează cu convențiile lingvistice. S-au urmărit tendințele descriptive generale, prin notarea lungimii mesajelor, a conținutului lingvistic și grafic, precum emoticon, abrevierile sau substituirea literelor cu cifre și orientarea funcțională principală. Înregistrările au reținut că, în general, sms-urile sunt mai lungi decât replicile din mesageria instant sau *chat* și permit viteză și ușurință de scriere.

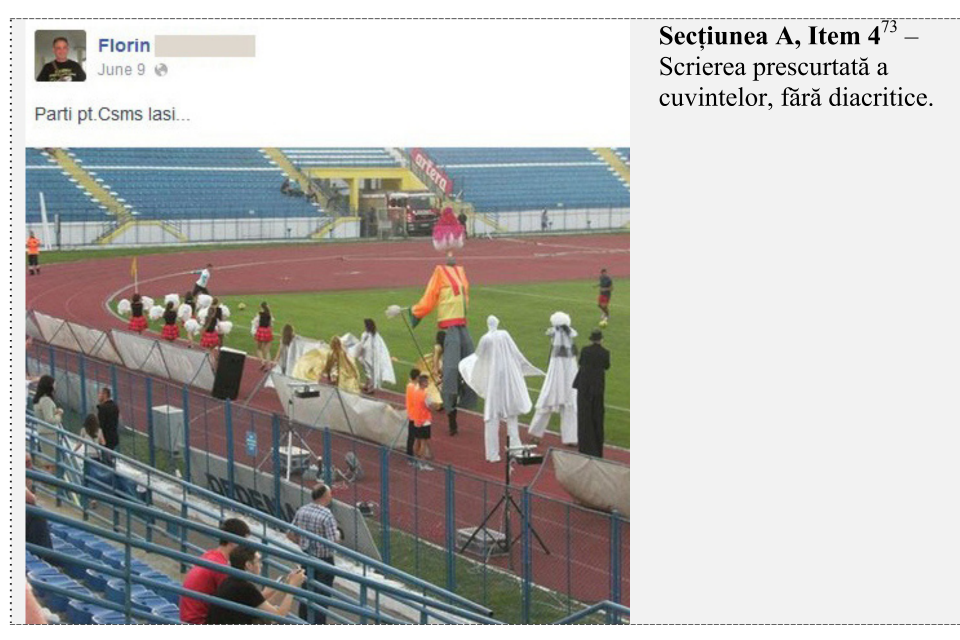
În privința formelor lingvistice care se abat de la standard, se regăsesc exemple care se reunesc în șase mari categorii, exemple care sunt similare cu cele pe care le-am găsit și noi în cercetarea noastră, de unde se poate deduce, în mod clar, că limbajul utilizat în mediul online are o rădăcină în mesageria sms:

70 Pew Research Center, *Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the internet's impact on friendships and family relationships*, 2001 (http://www.pewinternet.org/2003/08/14/teenage-life-online-the-rise-of-the-networked-generation/).

71 D. E. Grinter, M. A. Eldridge, *y do tngrs luv 2 txt msg?*, 2001, în W. Prinz, M. Jarke, Y. Rogers, K. Schmidt, V. Wulf (eds), *Proceedings of the seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work*, Netherlands, Kluwer Academic Publishers, pp. 219-238 .

72 S. C. Herring, *Computer-mediated discourse*, în D. Schiffrin, D. Tannen, H. Hamilton (eds), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford, Blackwell Publishers, 2001, pp. 612-634.

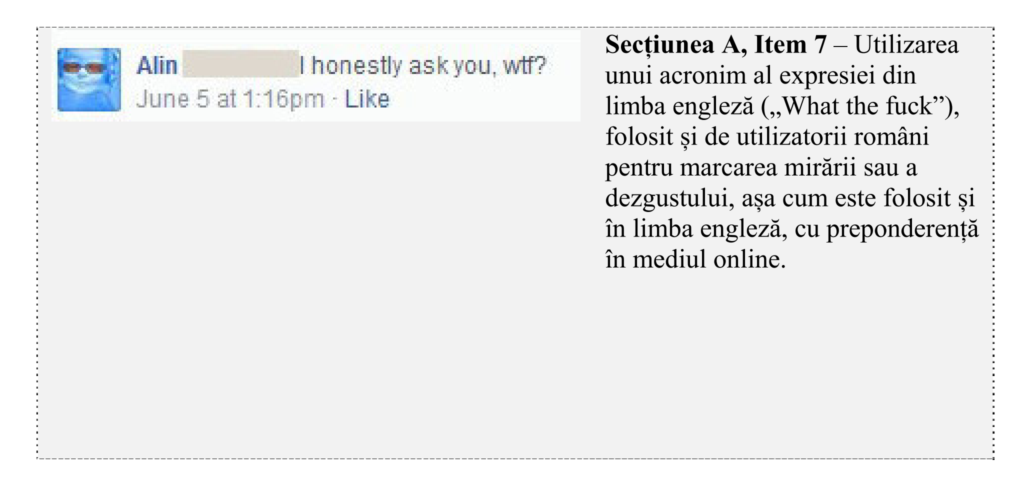
1) prescurtări (scrierea unor cuvinte cu doar cîteva litere) (**figura 1**);



Secțiunea A, Item 4[73] – Scrierea prescurtată a cuvintelor, fără diacritice.

Fig. 1. Exemplu de scriere prescurtată

2) acronime (**figura 2**);



Secțiunea A, Item 7 – Utilizarea unui acronim al expresiei din limba engleză („What the fuck"), folosit și de utilizatorii români pentru marcarea mirării sau a dezgustului, așa cum este folosit și în limba engleză, cu preponderență în mediul online.

[73] Sistemul de indexare indică secțiunea și numărul exemplului care poate fi consultat în corpusul de la sfârșitul lucrării.



Secţiunea A, Item 25 – Scrierea cu acronime, cu semne de punctuaţie în exces şi substituţia literelor cu cifre (*leet speak*).

Fig. 2. Exemple de scriere cu acronime

3) substituţia literelor cu cifre (**figura 3**);



Secţiunea A, Item 11 – Exemplu de scriere alfanumerică (*leet speak*): „b0ss”, „frumushe1u” pentru „boss”, respectiv „frumuşelul”.

Fig. 3. Exemplu de scriere alfanumerică, prin substituţia unor litere, asemănătoare ca formă grafică, cu cifre

4) transcriere neconvenţională (**figura 4**);



Secţiunea A, Item 14 – Scriere neconvenţională, cu caracterul „@”, dedicat adreselor e-mail, cu scopul de a marca apartenenţa unei organizaţiei la mediul online în care îşi desfăşoară activitatea.

Fig. 4. Scriere neconvenţională, de marcare a apartenenţei la spaţiul online

În urma acestor analize s-a remarcat apropierea jocurilor lingvistice de cele regăsite în CMC, fie că este vorba de mesageria-instant, fie de *chat*.

Acolo unde dependența de context nu a fost foarte mare, au fost clasificate orientările comunicaționale ținându-se cont de caracterul multifuncțional al limbii. S-au remarcat câteva categorii principale[74] (**figura 5**):

- mesaje informativ-practice;
- mesaje informativ-relaționale;
- mesaje practice de planificare personală;
- mesaje practice de planificare socială (locul și data unor întâlniri, planuri);
- mesaje de salut;
- mesaje romantice;
- mesaje sexuale.

O categorie aparte de mesaje este dedicată menținerii unei relații de prietenie, prin schimburi de mesaje de scuze, mulțumiri și sprijin. În alte cazuri, au fost înregistrate mesaje de dizolvare a unui conflict sau, dimpotrivă, de instigare.

O altă categorie poate fi definită pe baza umorului, fie că era vorba de tonuri glumețe, ironice sau de tachinare.

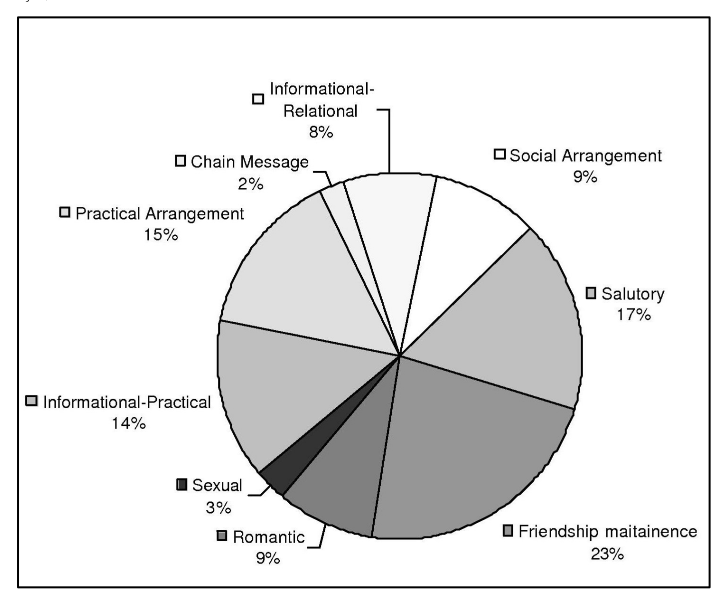


Fig. 5. Tipuri de mesaje text (sursa: Crispin Thurlow)

A găsi un profil comun pentru cultura tinerilor este o uniformizare superficială, pentru că tinerețea este „ciudată, exotică și tranzitorie”[75]. Cu toate

[74] Crispin Thurlow, *op. cit.*

acestea, se pot găsi câteva aspecte comune ale îmbrățișării noilor tehnologii de către tineri. În ceea ce privește schimbul de mesaje de tip text, s-a constatat că, deși această comunicare este asincronă, receptorul având timp să reflecteze înainte de a transmite răspunsul său, atunci când dorește (cu cât mai repede, cu atât mai bine ─ s-a observat utilizarea acestei tehnologii asincrone într-o manieră care poate fi considerată sincronă), ea are, din ce în ce mai mult, un caracter dialogic și se aseamănă, prin aceasta, cu *chat*-ul online. S-a remarcat, de asemenea, că utilizarea acestei tehnologii pentru contactul social se realizează prin gratificările de a fi sociabil (pentru legăturile sociale), de a fi instrumental (coordonarea socială) și reasigurator (securitate și înțelegere), deși nici caracterul de divertisment nu poate fi omis[76]. Telefoanele mobile și, prin analogie, dispozitivele mobile de astăzi sunt atractive pentru copii și tineri deoarece le oferă acestora posibilitatea de a fi mereu disponibili pentru prieteni și de a fi în afara controlului părinților sau al altor autorități.

Din punct de vedere lingvistic, metisajul între limba scrisă și cea vorbită în apariția noului gen lingvistic pe care l-a creat e-mail-ul[77] se poate aplica și tehnologiei sms și derivatelor sale, mai ales atunci când se consideră că sms-ul este, într-un anumit fel, e-mail-ul mobil.

Din concluziile studiului de față au reieșit trei maxime sociolingvistice[78], care se aliniază, în modul lor, maximelor lui Paul Grice[79] (maximele cantității și calității, maxima relaționării și cea a manierei), care guvernează schimbul de mesaje de tip text: concizia și viteza – care se concretizează prin abrevierea lexicală; restituția paralingvistică – manifestată, mai întâi, prin utilizarea minimală a capitalizării, a scrierii cu majusculă la începutul propozițiilor, iar apoi, prin eliminarea semnelor de punctuație; și aproximarea fonologică.

În privința abaterii de la limbajul standard, referitor la abreviere, într-o serie de mesaje se regăsesc grupuri de consoane, considerându-se că, în limba engleza, dar și în limba română, așa cum am ilustrat anterior, consoanele au mai mare valoare semantică decât vocalele (*THX* pentru eng. *thanks* - *mulțumesc*).

Studiul lui Thurlow se încheie cu precizarea că, în analiza mesajelor text, mai trebuie luați în considerare și stilul personal, precum și termenii sau elementele

---

75 C. Griffin, *Representations of youth: The study of youth and adolescence in Britain and America*, Cambridge, Polity, 1993.

76 J. W. Dimmick, S. Kline, L. Stafford, *The gratification niches of personal email and the telephone: Competition, displacement and complementarity*, Communication Research, 2000, pp. 227-248.

77 Vezi N. S. Baron, *Letters by phone or speech by other means: The linguistics of email, Language and Communication*, 1998, pp. 133-170.

78 Crispin Thurlow, *op. cit.*

79 H. P. Grice, *Logic and conversation*, în Peter Cole and Jerry Morgan (Eds), *Syntax and Semantics*, Volume 3: *Speech Acts*, New York, Academic Press, 1975.

de frazeologie în limba engleză, văzută în continuare, cu excepțiile de rigoare, ca putând influența lexicul vorbitorilor de alte limbi.

Evoluția și convergența serviciilor de comunicare bazate pe tehnologii arată cât de fine sunt liniile dintre comunicarea față în față și comunicarea mediată de calculator.

III. Teme principale în cercetarea *conținutului generat de către utilizatori* (CGU), din perspective socio și pragma-lingvistice

Concepte-cheie: ● Tradiţie americană şi europeană în sociolingvistică ● Comunitatea de vorbitori și variația lingvistică ● Conceptul de *reţea* ● *Situația de comunicare* ● Idiolectul, sociolectul, cronolectul ● Schimbările lingvistice ● Bilingvismul ● Avantajul cognitiv al limbii scrise ● Interacțiune și conversație ● Heteronormativitatea ● „Limbile engleze globale" ● Comutarea de cod

III.1. Sociolingvistica și comunicarea om-mașină

Deşi lingvistica istorică, iar apoi dialectologia au, în ceea ce priveşte perspectiva socială asupra limbii, o tradiţie destul de bine închegată pe teritoriul european, am considerat că sociolingvistica de sorginte americană se prezintă cu termeni şi relaţii mult mai coerente în cadrul discutării problematicii limbă-societate, atât în teorie, cât şi în practică, atât prin contribuţiile de teorie lingvistică, cât şi prin metodologia de documentare şi analiză a materialelor colectate la „faţa locului". Nu este neglijabil nici faptul că, în Europa ultimelor decenii, s-au înteţit preocupările pentru crearea unui cadru teoretic şi metodologic de studiere a raporturilor dintre limbă şi societate şi nici faptul că printre activităţile iniţiale ale dialectologiei regăsim numeroase acţiuni pentru diferenţierea limbii pe criterii de vârstă, sex şi generaţii. Dar considerăm că unele concepte nord-americane sunt mai coagulate şi mai utile studierii limbii în Internet, mai ales că sunt mai vechi şi că au preluat, prin desprindere, acea complexitate pe care o oferă antropologia culturală. Independenţei sale, declarată ca știință autonomă, i s-au opus, pe bătrânul continet, mai mulţi autori. Eugeniu Coşeriu[1] considera că noua disciplină lingvistică se aflã în continuare în sfera de influenţă a sociologiei, de care nu s-a delimitat prin criterii stricte. El arăta, în cadrul unei comunicări susținută la Primul Congres Brazilian de Socio- şi Etnolingvistică de la João Pessao, în 1978, că, în ciuda marii sale dezvoltări, sociolingvistica este o ştiinţă în căutarea domeniului de studiu, deoarece definiţia sa este prea largă: „studiul limbajului în relaţie cu contextul social (sau cu structura socială a comunităţilor vorbitoare) fac ca această ştiinţă să cuprindă toată

[1] Eugeniu Coșeriu, *Socio- și Etnolingvistica. Bazele și sarcinile lor*, în *Lingvistică din perspectiva spațială și antropologică. Trei studii*, Chișinău, Editura Știința, p. 140.

lingvistica, căci întregul limbaj se realizează în context social”[2]. În continuare, Coşeriu considera că sociolingvistica trebuie să se limiteze la studiul varietăţii şi variaţiei lingvistice în relaţie cu „structura socială a comunităţii de vorbitori”[3]. În corelaţia limbaj-context social, sociolingvistica studiază limbajul însuşi, pornind de la limbaj spre contextul social, caz în care, sociologia este o ştiinţă auxiliară. Dar dacă se porneşte de la contextul social spre limbaj, verificând cine vorbeşte un anumit tip de limbaj într-o comunitate lingvistică se face o sociologie a limbajului, iar lingvistica este numai o ştiinţă auxiliară[4].

Datorită acestor considerente, precum şi datorită caracterul său integralist – nu face o distincţie între dialectul social şi cel regional, precum ruda sa europeană, dialectologia socială –, ne-a determinat să o preferăm din punct de vedere terminologic şi metodologic.

În mod firesc, am urmărit, în cercetarea noastră, să studiem utilizarea limbii în mediul online, în cadrul şi criteriile discutate, având în vedere și anumite date statistice referitoare la tipul vorbitorilor din cadrul comunităţilor online.

Constantin Frâncu enumera printre factorii care au contribuit la apariţia şi dezvoltarea sociolingvisticii şi „schimbările din structura socială şi, implicit, din vorbirea cotidiană, a unor straturi sociale din diferite ţări (de pildă, S.U.A. şi din ţările Europei de vest)”, în timp ce semnala că aceste schimbări „sunt de aşteptat şi în ţările Europei de est, în viitor”[5]. Operarea cu conceptele sociolingvistice asupra limbii în Internet este întemeiată şi prin prisma altui factor considerat major, la vremea respectivă, şi anume, „dezvoltarea fără precedent a mijloacelor de comunicare în masă (mass-media), care aduc inovaţii în limbajul anumitor categorii sociale”[6].

Sociolingviştii au recunoscut și valoarea preocupărilor lui Saussure pentru studiul limbii în contextul său social, însă au catalogat ca pe un paradox metoda saussuriană care postula că aspectul social al limbii este rezultat din analiza modului în care vorbeşte fiecare individ, în timp ce la aspectul individual al limbii se ajunge în urma analizei limbii în context social. Şcoala saussuriană a fost numită „şcoala funcţională”, întrucât reprezentanţii săi, urmaşii lui Saussure, studiau modul în care funcţionează o limbă într-o perioadă dată a evoluţiei sale. Sociolingviştii au semnalat importanţa trecerii de la studierea limbii în *abstracto* (preocupare veche de mai bine de 100 de ani, care făcea economie de resurse financiare şi efort) la studierea limbii în comunitatea lingvistică[7].

---

2 *Ibidem*.

3 *Ibidem*.

4 *Ibidem*, p. 114.

5 Constantin Frâncu, *Curente şi tendinţe în lingvistica secolului nostru*, Casa Editorială „Demiurg”, Iaşi, 1999, p. 113.

6 *Ibidem*.

7 William Labov, *The Study of Language in Its Social Context*, în *Sociolinguistic Patterns*, Philadelphia, 1972, pp. 185-193, 199-205, 207-216; Liliana Ionescu-Ruxăndoiu. Dumitru

„Sociolingvistica este, prin excelenţă, un studiu al variaţiei lingvistice. Ea opune imaginii structurii uniforme, monolitice, a limbilor, acreditate de lingvistica formalizată, imaginea unei structuri diversificate prin acţiunea unui complex de factori externi”[8]. Conform lui William Bright, „ea urmăreşte să demonstreze că variaţia liberă, postulată de structuralişti, este, în realitate, o variaţie condiţionată şi sistematică”[9].

Varietăţile lingvistice sunt multiple, în funcție de câţi factori sociali semnificativi pot fi luaţi în considerare în studierea unei comunităţi. Unii autori, precum Jűrgen Erfurt, în *Dimensiunile sociolingvistice ale limbii române vorbite*[10], remarcau nu numai existenţa dialectului (relaţia dintre limbă şi spaţiu), ci şi a sociolectului – varietate specifică unor structuri comunitare – grup social ori etnic sau clasă, cum ar fi limba elevilor, limba muncitorilor sau limba profesională a specialiştilor dintr-un anumit domeniu. Erfurt remarca şi existenţa idiolectului, varietatea care reflectă modul de exprimare în anumite situaţii (formală *versus* informală, publică *versus* privată, îngrijită *versus* neglijentă) şi cronolectului (modul de vorbire în funcţie de generaţia din care face parte vorbitorul – într-un fel vorbesc tinerii şi în alt fel adulţii sau bătrânii). Autorul german consideră la fel de importantă şi diferenţa dintre oralitate şi scripturalitate, dintre ceea ce este spus şi ceea ce este scris, iar pentru acest aspect trebuie studiat factorul de mediu în care se desfăşoară procesul de comunicare.

Comunicarea informaţiei sociale presupune existenţa unor relaţii sistematice între folosirea limbii şi structura socială. Are de suferit acum şi binomul generativ-transformaţional competenţă / performanţă, văzut de autorul acestei distincții, în mod simplificat, ca o serie de capacităţi[11], care nu ţin seama de factorii socioculturali. Se propune „competenţa comunicativă”, care include „competenţa gramaticală” şi capacitatea de folosire a limbii în situaţii concrete de vorbire, dar mai ales cu termenul de cunoaștere lingvistică, ca urmare a distincţiei coşeriene între limba ca activitate şi limba ca tip de cunoaştere[12]. Se urmăreşte,

Chiţoran, *Sociolingvistica – Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1975, p. 70.

8 William Bright, *The Dimensions of Sociolinguistics*, în William Bright (ed.), *Sociolinguistics*, The Hague, 1966, p. 47; Liliana Ionescu-Ruxăndoiu; Dumitru Chiţoran, *op. cit.*, p. 14.

9 *Ibidem*.

10 Jűrgen Erfurt, *Dimensiunile sociolingvistice ale limbii române vorbite*, în Klaus Bochmann, Vasile Dumbrava (ed.), *Limba română vorbită în Moldova istorică*, Vol. I, Leipziger Universitätsverlag GmbH, 2002, p. 20.

11 Noam Chomsky, *Cunoaşterea limbii*, trad. de Alexandra Cornilescu, Ileana Baciu și Taina Duțescu Colibar, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1996.

12 Eugeniu Coşeriu, *Omul şi limbajul său*, trad. de Eugenia Bojoga, Florin Bratu, A. Covaciu, Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi, 2009, p. 305.

astfel, să nu se mai reducă din complexitatea şi funcţiile diferite ale limbii. William Bright[13] condiţionează diversitatea lingvistică de prezenţa a trei factori:

- statutul social al emiţătorului (în aşa numitele dialecte de clasă, cum ar fi, de exemplu: diferenţele între vorbirea femeilor şi cea a bărbaţilor);
- statutul social al receptorului (comunicarea cu autorităţile sau cu copiii – „baby talk”);
- cadrul – toate elementele potenţial relevante în contextul comunicării (limbajul folosit de apaşi când pleacă la luptă, apelarea la unul dintre cele două stiluri, colocvial sau oficial, în diglosia grecească etc.).

Cele trei dimensiuni nu se exclud reciproc, ci se intersectează.

Al doilea element definitoriu în teoria şi metodele sociolingvisticii este comunitatea lingvistică. Sociolingvistica nu se oprește la studierea cu studierea generică a limbii, ci acordă întâietate abordării ei chiar în mijlocul comunităţii care o utilizează. Astfel, variaţiile lingvistice, obiectul principal de studiu al sociolingvisticii, pot fi studiate atât la nivel individual (idiolect), cât şi în cadrul comunităţii lingvistice din care face parte vorbitorul (sociolectul). În cadrul comunităţii lingvistice, deci la nivelul sociolectului, putem întâlni o serie de particularităţi ce ţin de situaţiile de comunicare, particularităţi numite de către specialişti registre. John J. Gumperz[14] alcătuieşte chiar o matrice a comunicării căreia îi corespunde una a codurilor (limbile distincte vorbite, de obicei, în societăţile bilingve) şi a subcodurilor (limbajele profesionale, dialectele, varietăţile stilurilor funcţionale). În subcoduri, principalele diferenţe lingvistice se înregistrează la nivel lexical şi sintactic. Din acest moment devine extrem de importantă cunoaşterea rolului jucat de vorbitor în cadrul societăţii şi, acolo unde acest lucru este posibil, cunoaşterea, măcar în mare, a întregii societăţi, pentru că „varietăţile lingvistice utilizate într-o comunitate alcătuiesc un sistem, constituit pe baza sistemului de norme sociale comune, care guvernează selecţia variantelor lingvistice echivalente, în raport cu situaţia de comunicare”[15].

Aducând în discuţie aspectul de normă, extrem de familiar din lingvistica integralistă a lui Eugeniu Coşeriu, sociolingviştii precizează că noţiunea nu poate fi „restrânsă la sistemul limbii standard, ci ea se aplică la sistemele oricăror comunităţi”[16].

---

[13] William Bright, *The Dimensions of Sociolinguistics*, în William Bright (ed.), *Sociolinguistics*, The Hague, 1966, *apud* Liliana Ionescu-Ruxăndoiu; Dumitru Chiţoran, *Sociolingvistica – Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, București, 1975, p. 47.

[14] John Gumperz, *Types of Linguistic Communities*, în Joshua A. Fishman (ed.), *Readings in the Sociology of Language,* DE GRUYTER, 1968, a*pud* Liliana Ionescu-Ruxăndoiu; Dumitru Chiţoran, *Sociolingvistica – Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, București, 1975, p. 19.

[15] *Ibidem*.

[16] *Ibidem*, p. 20.

La nivelul individului, se pot înregistra manifestări expresive care se abat de la codul lingvistic caracteristic situaţiei, fără posibilitatea de modificare a situaţiei. Prin urmare, fiecare individ joacă mai multe roluri şi deţine mai multe coduri sau subcoduri.

Ph. Bock[17] defineşte conceptul de *situaţie* ca fiind o relaţie între trei noţiuni – rol, moment, cadru (cea de *rol* se manifestă în anumite *momente* şi într-un anumit *cadru*). În trecerea uşoară către locul în care comunitatea virtuală se manifestă plenar, cele mai semnificative nuanţe sunt aduse tot de sociolingvistul John J. Gumperz[18], care analizează modul în care interacţionează grupurile şi constată, în urma acestei analize şi ca o consecinţă a acestei interacţiuni sociale, că există două tipuri de variaţie lingvistică: variaţia dialectală sau interpersonală şi variaţia suprapusă sau intrapersonală. Dacă cea dintâi se manifestă în cadrul grupurilor diferite, social sau geografic, cea de-a doua joacă un rol hotărâtor pentru indivizii separaţi. Sociolingviștii se arată interesați de variaţia suprapusă, pentru că statutul social nu este întotdeauna relevant.

În cadrul sociolingvisticii, s-au conturat, pe parcurs, două ramuri. *Microsociolingvistica* urmăreşte să analizeze amănunţit interacţiunea verbală dintr-o comunitate lingvistică dată, luând în considerare relaţiile ce se constituie din rolurile membrilor comunităţii. *Macrosociolingvistica* generalizează situaţiile de comunicare şi determină o serie de regularităţi care transcend comunitatea lingvistică la care ne referim.

Noutatea de abordare adusă de sociolingvistică reiese din corelarea studiului sistematic al limbii cu acela al societății, de unde reiese faptul că schimbările în limbă, un aspect central în studiile lingvistice, sunt legate de schimbările petrecute în societate. Relevantă pentru cercetarea noastră va fi, într-o anumită măsură, problema mobilităţii sociale, definită de sociolingvişti ca o schimbare a structurii socioprofesionale, ca rezultat al evoluţiei tehnice şi, de asemenea, contactul sistematic al tuturor grupurilor sociale cu limbajul standard, prin intermediul mass-media, deci şi al Internetului.

Schimbările în sistemul lingvistic individual se produc fie prin internalizarea unui nou sistem, adică prin adoptarea unor elemente, prin împrumut, fie prin eliminarea din propriul sistem al unor elemente în momentul interacţiunii

---

17 Vezi Joshua A. Fishman (ed.), *Readings in the Sociology of Language*, DE GRUYTER, 1968, pp. 154-155, *apud* Liliana Ionescu-Ruxăndoiu; Dumitru Chiţoran, *Sociolingvistica – Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, București, 1975, p. 19.

18 John Gumperz, *On the Ethnology of Linguistic Change*, în W. Bright (ed.), *Sociolinguistics*, The Hague, Paris, 1966, p. 27-38, *apud* Liliana Ionescu-Ruxăndoi, Dumitru Chiţoran, *Sociolingvistica – Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, București, 1975, p. 211.

verbale cu vorbitori de alt sistem – substituţia[19]. Efectele acestor două fenomene sunt „etimologia populară” (atribuirea unor sensuri greşite unor cuvinte), respectiv „hipercorectitudinea”. Pentru cercetarea de faţă, o importanţă mai mare pare să o aibă împrumutul (reflectat de modificările din lexic), pentru că a apărut necesitatea de exprimare a unor realităţi noi, inexistente până nu demult – vocabularul profesional, termenii, cu precădere tehnici, apăruți în urma pătrunderii Internetului în viaţa de zi cu zi. Edward Sapir[20] enumera două tipuri speciale de schimbări lingvistice, *language drift*, care încadrează schimbările petrecute în urma succedării generaţiilor, şi *language shift*, mai importantă pentru sociolingvistică, care desemnează adoptarea unei variante lingvistice noi şi renunţarea la vechea variantă.

Schimbările în sistemul lingvistic al unui vorbitor apar din cauza contactului cu alte variante lingvistice, la care se ajunge fie datorită mobilităţii sociale, orizontale şi verticale, fie prin şcoală sau prin mijloacele de comunicare în masă (mass media). Comportamentul vorbitorului se modifică în două direcţii: pe de o parte, acesta caută să integreze în propriul sistem elemente din sistemul cu care intră în contact, pe de altă parte, caută să elimine elemente faţă de care comunitatea din care face parte manifestă scepticism.

În cadrul comunităţilor Web, distingem şi fenomenul de *diglosie* sau *bilingvism*, în definiţia largă a termenului şi anume, o competenţă lingvistică variabilă în doua limbi distincte, utilizate în mod alternativ. Pe Web, în cadrul *netspeak*, în rândul membrilor comunităţilor studiate în lucrarea de faţă, limba română şi limba engleză intră foarte des în contact. Aici fenomenul de interferenţă produce modificări importante în lexic sau în structurile sintactice bilingve. Foarte interesant de urmărit este fenomenul *repetării dese*, observabil în vorbirea multor bilingvi, în urma căruia „fenomenele de interferenţă devin obişnuite, se fixează în limbă [...] şi sunt transmise în cadrul comunităţii de vorbitori, uneori şi printre monolingvi”[21].

Nu în ultimul rând, o serie de studii au operat cu analiza discursului din perspectiva funcţiilor limbajului lui Roman Jakobson. Şcoala sociolingvistică, printr-unul din reprezentanţii săi de seamă, Dell Hymes, a stabilit o etnografie a

---

19 Boris Cazacu, *Studii de dialectologie română*, Bucureşti, 1966, pp. 37-38, *apud* Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Dumitru Chiţoran, *op. cit.*, p. 29.

20 Edward Sapir, *Language. An Introduction to the Study of Speech*, New York: Harcourt, Brace, 1921, Cap. VII.

21 Ioan Lobiuc, *Interferenţa lingvistică*, în Luminiţa Hoarţă Cărăuşu, Lăcrămioara Petrescu (coordonatori), *Spaţiul lingvistic şi literar românesc în orizont european*, Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi, 2009, p. 72.

vorbirii care identifică şapte tipuri de componente[22] ale evenimentelor verbale şi şapte funcţii verbale corespunzătoare acestora:

1. Emiţător.	1. Expresivă (emotivă).
2. Receptor.	2. Directivă (conativă, persuasivă, pragmatică, retorică).
3. Forma mesajului.	3. Poetică.
4. Un canal de transmitere a mesajului.	4. De contact.
5. Un cod (jargon, citat).	5. Metalingvistică.
6. Un subiect (despre ce se vorbeşte).	6. Referenţială.
7. Un cadru, o scenă, o situaţie.	7. Contextuală (situaţională).

În viziunea lui Jakobson, perspectiva de tratare este una ierarhizatoare, pentru că toate funcţiile coexistă într-o situaţie dată. Fără a intra în amănunte, precizăm că etnografia vorbirii consideră funcţia expresivă mai importantă decât funcţia cu maximă relevanţă pentru Jakobson[23], cea referenţială.

Pentru analiza textelor de comunicare pe care o vom face în continuare, o serie de direcţii utile au fost deja trasate de către cercetătoarea şi profesoara americană Susan M. Ervin-Tripp, mai ales în ceea ce priveşte distribuţia rolului de emiţător şi receptor. Această distribuţie este influenţată de o serie de factori, cum ar fi situaţia (de exemplu, un emiţător îşi poate alege următorul emiţător, succesorul, printr-o simplă privire sau introducându-l verbal), de rolul în grup şi de importanţa socială şi fizică[24]. De asemenea, tot Ervin-Tripp remarcă apariţia schimbării codului lingvistic în funcţie de destinatar, cum este vorbirea de tip „baby talk”.

În ceea ce priveşte raporturile sociolingvisticii cu lingvistica aplicată, cea dintâi furnizează date fundamentale, de regulă statistice, pe baza cărora se pot trasa politici lingvistice naţionale prin elaborarea de programe, dicţionare aplicate sau manuale.

Tot la Gumperz[25] apare prima dată conceptul de *reţea* – practic de reţea socială, definită ca un grup de oameni care se cunosc între ei (observați atunci când vorbesc). Conform clasificării cercetătorului american, membrii reţelei se pot cunoaşte toţi între ei, şi avem de-a face atunci cu o reţea închisă (**figura 6**), sau nu se cunosc cu toţii între ei, şi discutăm despre o reţea deschisă (**figura 7**). Există, aşadar, similitudini lingvistice, bazate pe astfel de relaţii. În funcţie de situaţia de

22 Dell Hymes, *Models of the interaction of language and social life*, în J. J. Gumperz, D. Hymes (eds) *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1972, pp. 35-71.

23 Roman Jakobson, *Concluding Statement: Linguistics and Poetics*, în Thomas A. Sebeok (ed.), *Style in language*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, ediția a II-a, 1964, p. 353.

24 Susan Ervin-Tripp (Ed.), *Child Discourse*, New York, Academic Press Inc., 1977, p. 4.

25 John Gumperz, *On the Ethnology of Linguistic Change*, în W. Bright (ed.), *Sociolinguistics*, The Hague, Paris, 1966, p. 27-38.

interacţiune, se disting două tipuri de schimbări de cod: tranzacţională (individul se comportă conform statutului său) şi personală (indivizii acţionează ca individualităţi).

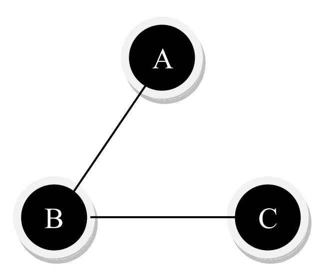


Fig. 6. Reţeaua deschisă (schemă proprie)

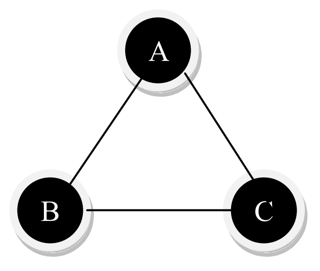


Fig. 7. Reţeaua închisă (schemă proprie)

Metodologia sociolingvistică promovează ancheta ca principal mijloc de culegere a informaţiilor. Dacă în dialectologie cercetătorul este interesat să găsească informatorul perfect, potrivit pentru înregistrarea particularităţilor acelui grai sau dialect, în sociolingvistică, cercetătorul caută să înregistreze mărturii care provin de la vorbitori cu vârste şi profesii cât mai diferite, de ambele sexe. Chestionarul utilizat în sociolingvistică este scurt, oamenii de ştiinţă urmărind câteva fenomene lingvistice – variabile lingvistice – cărora li se oferă valoarea de indici relevanţi pentru o anumită comunitate (marcatori discursivi). În plus, cercetările de sociolingvistică apelează la diferite date statistice (cum ar fi recensământul populaţiei, de exemplu).

Sociolingvistica este un tărâm pe care specialiști din diferite domenii (de la lingviști antropologi la psihologii sociali și teoreticieni ai stilului), interesați de studiul limbii și societății, aduc numeroase contribuții în propriul câmp de studiu. O anvergură extraordinară a căpătat-o informatica (știința calculatoarelor) aplicată câmpului lingvistic, robotica și traducerile automate.

Pornind de la diferențele de sintaxă, a apărut, treptat, necesitatea de studiu a diverselor dialecte prezente în cadrul aceleiași limbi. Teoria competenței lingvistice a stabilit, în cadrul comunicării om-mașină sau mașină-mașină, o serie de variabile la care mașina trebuia să adere, în modalitatea sa de a se plia pe necesitățile comunicaționale, variabile cum ar fi statusul social, vârsta sau sexul, în funcție de care sunt influențate relațiile sociale.

III.2. Sociolingvistica interacțiunii și conversației

Alături de alte discipline importante, precum antropologia sau psihologia, studiul conversației a fost și în centrul preocupărilor sociolingvistice interacționale. Deși există diferite dezbateri pe marginea modalităților de culegere a datelor și a semnificației acestor date, teoriile și terminologiile pe care sociolingviștii le

utilizează împreună găsesc un punct principal de referință în ideile de studiu asupra sinelui, asupra interacțiunii sociale și asupra vieții sociale, ale sociologului Erving Goffman[26].

În jurul analizei comportamentului verbal, gravitează trei posibilități de abordare a interacțiunii: analiza conversației, etnografia comunicării și socio-lingvistica interacțiunii, care, deși au reprezentanți și unele teorii proprii, nu se pot distinge între ele în mod remarcabil, iar scopurile lor principale se înscriu în tradiția lui Goffman.

Analiza conversației (reprezentată, în studii incipiente, de către Harold Garfinkel, Harvey Sacks și Emanuel Schegloff[27]) sondează structura conversației și modul în care organizarea conversațională recreează, moment cu moment, ordinea socială.

Etnografia comunicării contrastează cu analiza conversației pentru că vede limba ca organ constituent al vieții sociale și se interesează de diversitatea de culturi și comunități lingvistice, precum și de „evenimentele de vorbire"[28]. Cei mai mulți adepți ai etnografiei comunicării au fost studenți ai lui Dell Hymes și și-au orientat întreaga atenție spre studiul culturilor îndepărtate sau așa-zis exotice, din considerente spațio-culturale. Dacă cercetătorii analizei conversației se orientează către sociologie, adepții ideilor lui Hymes sunt, adesea, antropologi. Poate cel mai important concept al acestui câmp de cercetare îi aparține chiar lui Dell Hymes[29]. „Competență comunicativă", pe care o propunea cercetătorul american, denotă că înainte de utilizarea unei limbi este nevoie de prezența unei serii întregi de cunoștințe, nu doar de cele gramaticale.

La intersecția lingvisticii cu antropologia și sociologia a apărut, în urma influenței lui John Gumperz, dar și a unor idei provenite de la Erving Goffman și Robin Lakoff, *sociolingvistica interacțiunii*, în care preocuparea lui Gumperz pentru echitatea socială este un punct cheie în acest câmp de cercetare[30]. Sociolingvistica interacțiunii are în vedere atât structura lingvistică a vorbirii, contextul cultural în care se manifestă vorbirea, cât și diversitatea culturală. De fapt, Gumperz arată, în numeroase studii, cum elementele paralingvistice le

---

[26] Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY, Doubleday-Anchor, 1959.

[27] Harvey Sacks, Emanuel A. Schegloff, Gail Jefferson, *A Simplest Systematics for the Organization of Turn Taking for Conversation*, în *Language, Thought, and Culture. Advance in the Study of Cognition*, Edited by Jim Schenkein, Academic Press, New York, 1978.

[28] Dell Hymes, *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, *apud* Cynthia Gordon, *Conversation and interaction*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 107.

[29] *Ibidem*, p. 108.

[30] Cynthia Gordon, *op. cit.*, p. 108.

încadrează pe cele lingvistice, din dorința vorbitorului de a spune ceva într-un anumit fel, mod care variază de la o situație la alta.

Studiile contemporane de analiză a discursului, indiferent dacă e vorba de analiza conversației, etnografia comunicării sau sociolingvistica interacțiunii, datorează extrem de mult lucrărilor lui Erving Goffman, care acoperă o paletă largă de subiecte de cercetare, de la prezentarea de sine și natura rituală a interacțiunii sociale, până la gen și realități sociale.

Prima idee importantă în studiile conversaționale propuse de cercetător se referă la natura structurată a conversației. „Conversația nu este aleatorie și haotică, este organizată și urmărește un anumit model”[31]. O serie de studii (Chafe, Tannen[32]) au identificat repetițiile și intertextualitatea ca modalități principale de organizare a discursului; chiar cuvintele și propozițiile scurte („știi?”, înțelegi?”, „ok”, în speță, întrebările disjunctive[33], cu rolul de a acorda cuvântul conlocutorului – numite marcatori discursivi[34]) – au rolul de a organiza interacțiunea verbală. Un alt element important care structurează discursul este sistemul prin care fiecare participant ia cuvântul, pe rând, la momentul potrivit (**figura 8**). Mai mulți cercetători consideră că această discuție succesivă are un caracter normator, de model, pentru că, în realitate, vorbitorii se suprapun câteodată sau se întrerup[35]. Un alt factor care sistematizează conversația este secvențialitatea, conversația este construită din secvențe, „unități dialogice” și „schimburi în două-părți” / „perechile adiacente”[36]. La fel de importante sunt și ordinea sau criteriile de stabilire a perechilor de adiacență[37].

---

[31] *Ibidem*, p.110.

[32] W. L. Chafe, *Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature*, în Tannen D. (ed.), *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood, NJ: Ablex, 1982, pp. 35-54, *apud* Cynthia Gordon, *op. cit.*, p. 110.

[33] Peter Collet, *Cartea gesturilor: Cum putem citi gîndurile oamenilor din acțiunile lor*, trad. de Alexandra Borș, Editura Trei, 2005, p. 90.

[34] Cynthia Gordon, *op. cit.*, p. 110.

[35] D. Tannen, *The oral / literate continuum in discourse*, în D. Tannen (ed.), *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood, NJ: Ablex, 1982, pp. 1-16.

[36] Erving Goffman, *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gathering,* New York, Free Press, *apud* Cynthia Gordon, *op. cit*, p. 110.

[37] Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația: structuri și strategii: sugestii pentru o pragmatică a limbii române*, Editura All Educational, București, 1999, p. 50.



Fig. 8. Exemplu de presupoziții – reluarea unei conversații aparent inițiată anterior

Perechile adiacente sunt importante nu doar pentru că ordonează conversația, ci și pentru modul în care afirmațiile (prima și a doua) le modelează pe următoarele într-o conversație în care important este acordul. În studiile actuale, secvențialitatea afirmațiilor a depășit nivelul de simplu organizator al conversației, ajungând să exprime orientarea vorbitorilor pentru a construi relații și a manifesta identități în cadrul interacțiunii.

Al doilea concept fundamental este natura colaboratoare a interacțiunii verbale. În studiul său despre repetiții și dialog, Tannen accentuează pe „caracterul interactiv al interacțiunii conversaționale”[38], ce denotă că toți participanții la conversație sunt autori și influențează cursul dialogului, chiar dacă nu toți iau cuvântul proporțional și nici nu produc același număr de cuvinte.

Al treilea concept fundamental al conversației rezidă în urma stabilirii relațiilor dintre participanți. Goffman l-a propus în 1981[39] și, potrivit autorului canadian, conversația nu este doar o modalitate de schimburi de informații, ci o cale de stabilire a unor relații, precum și un mijloc de producere, afișare și negociere a identității. Un rol deosebit de important în acest ritual de menținere a identității sociale îl are conceptul de „față”.

Al patrulea concept important în cercetările despre conversație îi acordă acesteia statutul de fenomen cultural. Limba și cultura trebuie văzute ca fiind interconectate și inseparabile[40]. Pentru a putea participa la o conversație, vorbitorul trebuie să cunoască nu doar regulile lingvistice de producere de semne verbale sau

38 D. Tannen, *op. cit.*
39 Erving Goffman, *Forms of Talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania, 1981.
40 Cynthia Gordon, *op. cit.*, p. 114.

regulile conversaționale universale, ci trebuie să ia în considerare modurile acceptabile din punct de vedere cultural de a acționa și de a interacționa într-o anumită manieră.

Lingvistica poate studia modul de inter-relaționare a indivizilor, nu doar consemnând cuvintele care sunt folosite și care sunt purtătoare de semnificații dincolo de intențiile vorbitorilor. Deborah Tannen introduce, în subdomeniul lingvisticii care este sociolingvistica interacțională, în alte părți analiza discursului, un concept pe care îl numește *stil conversațional*[41], și din care reiese faptul că fiecare individ transmite informații extrem de clare și de precise, în propriul stil conversațional, care este influențat de o serie întreagă de factori: țara în care a crescut, limba pe care a vorbit-o acasă și la joacă, substratul etnic, clasa socială, vârsta, genul, orientarea sexuală și profesia. Acești factori stabilesc, în fapt, identitatea individuală.

Stilul conversațional este constituit din aspectele modului în care un individ transmite o semnificație[42]:

- amplitudinea vocii: cât de tare sau de încet vorbește o persoană;
- cadența și pauzele survenite: cât de repede sau cât de rar vorbește o persoană;
- modul în care le vine rândul la cuvânt participanților la conversație;
- intonația: numită, în mod creativ, muzica vorbirii;
- directețea și indirectețea;
- povestea prin care o persoană înțelege să transmită un șir de întâmplări sau un alt context;
- apelarea la glume, la tachinare, la sarcasm;
- modul în care receptorul îi semnalizează vorbitorului că ascultă;
- corelările nonverbale (kinetice), precum: distanța fizică, atingerea, orientarea și poziția corpului; orientarea și modul de a privi, râsul.

Diversitatea posibilităților de cercetare a interacțiunii sociale face din conversație un subiect extrem de atractiv.

III.3. Pragmatică și discurs

În anii ' 80 și '90, pragmatica a stabilit o axă centrală între limbă și comunicare, acolo unde se puteau găsi răspunsuri care să vizeze obiectivele pe care le urmărea un vorbitor. În acest sens, pragmatica lingvistică se aseamănă cu analiza discursului, iar, de cele mai multe ore, inevitabil, unul dintre câmpurile de cercetare ample ale pragmaticii devine analiza discursului.

41 Deborah Tannen, *That's Not What I Meant!*: *The Sociolinguistics of Everyday Conversation*, Recorded Books, LLC, 2004, p. 6.
42 *Ibidem*, p. 7.

Catalogare a pragmaticii într-o anumită școală lingvistică sau la un anumit nivel lingvistic (alături de fonologie, sintaxă sau semantică) poate fi considerată neproductivă, deoarece prin pragmatică se înțelege astăzi un câmp amplu de cercetare, în care se întâlnesc orientări și interese dintre cele mai diverse, unele chiar divergente. Perspectiva pe care acești cercetători o au în comun, totuși, vizează anumite domenii împărtășite, de la logică și inteligență artificială la analiza conversației. Pornind de la ideile unor autori recunoscuți, precum John Austin, John Searle și Paul Grice, concepte precum „actele de vorbire" au devenit cruciale când aceștia au arătat că adevăratul sens al limbii rezidă în limba folosită intrinsec – în felul de a o utiliza (a întreba nu e același lucru cu a porunci), iar nu în codificările gramaticale de sintaxă. Aceste diferite acte de vorbire produc diferite înțelesuri ilocuționare derivate din structura actului de vorbire, nu din forma lingvistică. Semnificativă devine, de aceea, studierea „tuturor actelor de vorbire în totalitatea situațiilor de vorbire"[43], adică trebuie studiat îndeaproape nivelul interacțiunii verbale.

În 1975, lucrarea lui H. Paul Grice, *Logic and Conversation*, propunea celebrul set de maxime conversaționale, la care au început să se raporteze mulți specialiști. Maximele aveau un caracter mai degrabă filozofic și se axau pe înțelegerea sensului produs prin vorbire din unghiurile raționalității și intenționalității, decât din cele ale șabloanelor în care putea fi încadrată activitatea umană, cum arătau Austin și Searle[44]. Termenul de *implicatură*, lansat de Grice, descria „procesul prin care interlocutorii sugerau, rațional, o anumită semnificație, printr-o afirmație"[45]. Semnificația (*implicatura*) putea fi înțeleasă atunci când destinatarul era înzestrat cu suficiente calități sociale și culturale.

În general, maximele lui Grice au fost scoase din context, fără a se ține seama de legătura dintre acestea și rațiunea umană, legătură pe care Grice o trata în lucrarea sa. Cele patru maxime ale conversației erau subordonate principiului cooperării[46]:

a) maxima calității, preocupată cu adevărul unei afirmații;
b) maxima cantității, preocupată cu informația conținută într-o afirmație;
c) maxima relației, preocupată cu relevanța unei afirmații;
d) maxima manierei, preocupată cu claritatea unei afirmații;

În lucrările lui Grice, Austin și Searle, cercetătorii au găsit formulările „limbii văzută ca obiect ce trebuie studiat în deplina sa funcționare, ca obiect

43 J. L. Austin, *How to Do Things with Words*, Oxford University Press. 1962, în O. J. Urmson, Marina Sbisà (eds), *How to Do Things with Words*, ediția a II-a, Cambridge, MA, Harvard University Press, p. 148.
44 Jan Blommaert, *Pragrmatics and discourse*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 124.
45 *Ibidem*.
46 *Ibidem*, p. 125.

interacțional, precum și ca obiect care creează semnificații lingvistice și nu numai"[47].

Din perspectiva sociolingvisticii, orice analiză de discurs are o latură sociolingvistică – cea care are în vedere varietatea lingvistică în care este realizat discursul. Jab Blommaert observă că din numeroase studii și corpusuri conversaționale lipsește analiza variației lingvistice sau multilingvismul și că nu e suficient a observa cum un anumit „text este în franceză", ci trebuie studiată variația lingvistică prezentă în textul respectiv.

Fenomenul globalizării ar trebui să ne determine, spune autorul, să luăm în considerare multilingvismul ca pe o regulă, iar nu ca pe o excepție. Exprimarea în limba străină trebuie studiată și înțeleasă ca o particularitate deosebit de importantă a contemporaneității.

III.4. Limbă și diversitate socială

Foarte multe limbi asiatice, printre care coreeana, japoneza și chineza, utilizează titluri onorifice formale pentru vorbitori, în funcție de statutul social, vârsta și genul acestora[48]. Și nu numai cele asiatice. Plasarea individului în cadrul unei comunități lingvistice, încă de la formare și de la deprinderea limbii în manieră proprie, va avea ca efect o varietate de vorbitori, care se vor distinge, în cadrul aceleiași comunități, prin clasa socială, sex, etnie, calitatea vocii etc.

Preocupări sociolingvistice față de utilizarea limbii în moduri diferite au apărut din anii '70. În Anglia, Basil Bernstein enunța principiile existenței în aceeași limbă a unui cod elaborat și al unuia restrictiv, utilizate în funcție de clasele sociale[49]. Cel elaborat era apanajul copiilor crescuți în familii bune, în timp ce codul restrictiv era folosit de copiii clasei muncitoare.

În aceeași perioadă, în Statele Unite, conturul era mai pronunțat și viza demarcarea rasială. William Lebov ataca argumentele lui Arthur Jensen, care, în 1969[50], aserta inferioritatea cognitivă și agramaticalitatea copiilor negri, inferiori copiilor albilor, scoțând în evidență logica și coerența sistemului gramatical al limbii engleze „non-standard"[51].

47 *Ibidem*, p. 126.
48 John Baugh, *Power, social diversity, and language*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 17.
49 B. Bernstein, *Elaborated and restricted codes: their social originsand some consequences*, 1964, American Anthropologist, 66/6, 55-69.
50 A. R. Jensen, *How much can we boost I.Q. and scholastic achievement?*, „Harvard Educational Review", 1969, 33, pp. 1-123.
51 *Ibidem*, p. 18.

În 1959, Goffman, în celebra *The Presentation of Seld in Everyday Life*[52], arăta că diferențele sociale pot fi definite în moduri diferite. Într-un anumit fel vorbim în public (discursul public) și în cu totul alt fel în privat (discursul privat); într-un anumit fel vorbim cu parteneri cu același statut social, față de cei cu care suntem într-o relație de subordonare. În afară de aceste distincții, mai pot fi menționate discuțiile care au loc într-un cerc de femei, față de cele care se petrec într-un grup de bărbați.

Cu toate că există argumente de ordin istoric și politic care testează că, deși toate limbile și toate dialectele au aceeași importanță, circumstanțele istorice au favorizat anumite comunități vorbitoare în comparație cu altele, de regulă adiacente. Însă, pentru Dell Hymes și discipolii săi, „modurile în care comunică oamenii prezintă caracteristici universale"[53].

Contextul ecologic al limbii[54] este un concept propus de Einar Haugen, care atrăgea atenția lingviștilor că ar trebui să preia o parte dintre metodele cercetării biologice. Prin acest concept, Haugen demonstra că fiecare limbă se manifestă într-un ecosistem propriu, în cadrul căruia se disting diferențe sociale, de avuție și de acces inegal la educație. Acest context ecologic trebuia să fie luat mereu în calcul în cadrul cercetării lingvistice pentru că, altfel, rezultatele lingvisticii experimentale ar fi cu totul diferite și artificiale.

În 1973, Ervin-Tripp dezbătea regulile de co-ocurență[55], care încheiau o serie de distincții referitoare la decorul lingvistic în care se desfășoară discuția și care reflectă o serie de criterii situaționale. De exemplu, este puțin probabil să auzim o limbă „profană" într-o sală de tribunal, acolo unde se manifestă autoritatea judecătorilor și unde vulgaritatea este interzisă și chiar sancționată. Șansele să întâlnim expresii vulgare sunt mai mari în decorurile private, acolo unde probabilitatea ca interlocutorii să se cunoască este mai mare.

Despre tendințele globale ale stratificării limbii în funcție de diferențele sociale se poate discuta, în general, ca despre o tendință de dominanță lingvistică acolo unde se înregistrează relevanță politică și economică. Altfel spus, „dialectele dominante ale limbilor dominante reflectă, de obicei, circumstanțe politice care nu

---

52 Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY: Doubleday-Anchor, 1959.

53 Dell Hymes, *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*, Philidelphia: University of Pennsylvania Press, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 19.

54 E. Haugen, *The ecology of language*, în A. Dil (ed.), *The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen*, Stanford University Press, 1972, pp. 325-339.

55 Susan Ervin-Tripp, *Language Acquisition and Communicative Choice: Essays by Susan M. Ervin-Tripp*, Selected and introduced by Anwar S. Dil, Stanford University Press, 1973.

au nimic de a face cu limba în sine”[56]. De multe ori, puterea politică impune criterii care influențează limba direct sau indirect. Și tot de multe ori, puterea politică este reprezentată de oameni cu statut social ridicat, de oameni avuți și cu o educație înaltă (cel puțin așa este sau era în țările vestice).

Fiecare individ folosește limba într-un mod caracteristic. O parte a diferențelor de vorbire dintre vorbitori sunt idiosincratice[57], în timp ce altele sunt comune unui anumit grup social. Cele mai clare încadrări ale individului în cadrul unui anumite grup se fac în funcție de sex (bărbații vorbesc diferit de femei) și de stadiul de maturitate (copiii vorbesc altfel decât adulții). Aceste două stadii ale variației lingvistice sunt determinate biologic – cum ar fi tonalitatea, mai exact ascuțimea glasului, însă există mult mai multe criterii de diferențiere care identifică vorbitorul ca aparținând unui anumit grup social sau, mai bine spus, care îi acordă vorbitorului o anumită identitate socială. Principiul sociolingvistic al identității sociale reiese și din nivelul de educație și de prestigiu, de avuție și de putere de care se bucură indivizii. Diferențele sociale între profesori și instalatori reies din modul în care aceștia utilizează limba – diferă fonologia, alegerea lexicală, dar și variabilele extralingvistice ,precum modul în care se îmbracă, modelul de mașină pe care îl conduc etc. Clasa socială este o altă variabilă asupra căreia se discută în sociolingvistică. „Diferențele de clasă, în cadrul unei societăți, se bazează, în esență, pe statut și putere. Statutul se referă la respectul și deferența acordată de către semeni sau, dimpotrivă, la gradul de condescendență și de ignorare, în timp ce puterea rezidă din resursele materiale și sociale pe care le poate folosi o persoană, dreptul social și abilitatea de a lua decizii și de a influența evenimentele”[58]. Preocuparea pentru modul în care folosesc limba indivizi aparținând unor diferite clase sociale se află pe un tărâm al multidisciplinarității: dacă limba se situează pe tărâmul lingvisticii, conceptul de *clasă* este o unitate a sociologiei și științelor politice.

Care este prevalența lingvisticii asupra acestei probleme? Drepturile lingvisticii asupra acestei teme provin din caracterul social al limbii, limba existând astfel încât „oamenii să poată comunica, iar nu pentru scopuri individuale”[59], prin urmare, limba este în același timp și un produs social și o unealtă socială. Cunoașterea celor care o produc (fiind produs) și a celor care o folosesc (fiind unealtă), precum și modurile în care o folosesc (fiind tot mijloc), va contribui la cunoașterea limbii, în general. Cum societatea este organizată pe criterii de clasă, acest lucru trebuie luat în considerare în studiul limbii, domeniu al lingvisticii.

---

[56] Lowry Hemphill, *Orality and literacy in sociolinguistics*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 23.

[57] Gregory R. Guy, *Language, social class, and status*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 159.

[58] *Ibidem*, pp. 159-160.

[59] *Ibidem*, p. 160.

Gregory Guy evocă patru probleme centrale ca fiind importante în acest demers: definiția *clasei* ca factor principal în variația lingvistică, descrierea modului în care este utilizată limba, explicația schimbării lingvistice și construcția teoriei lingvistice[60].

În definirea conceptului de *clasă*, s-au înregistrat, în timp, foarte multe tipuri de abordare, precum cele care separau indivizii în funcție de profesie, de venituri, de avut, educație, locul de ședere etc. Dintre toate abordările științifice, pentru autor, două au primat în anvergură:

a) definiția clasei dată de Karl Marx[61] și

b) definiția clasei în termeni antagonici prin conceptele de conflict și putere – adică unitate și putere.

Teoria marxistă se bazează pe conflictele de clasă ale celor care împărtășesc aceleași interese economice și relația cu anumite sisteme de producție. Diferența principală, în capitalism, se produce între cei care dețin capital (patronajul) și cei care nu dețin capital (muncitorii). Important pentru sociolingvistică, crede autorul, poate fi principiul marxist potrivit căruia în funcție de condițiile de muncă (dacă individul lucrează izolat sau în cadrul unui grup, dacă este atent supravegheat sau este mai mult pe cont propriu), oamenii se îndreaptă spre o anumită ideologie și orientarea socială. Din aceste diferențe ale condițiilor de muncă a apărut termenul de „clasă de mijloc", grupuri, care, în contrast cu clasa muncitoare, beneficiază de „mai multă autonomie și flexibilitate la locul de muncă"[62].

Sociolingvistica beneficiază de pe urma acestor clasificări în ceea ce privește dialectele (de clasă) și schimbarea lingvistică (existența formelor non-standard, precum și unitatea sau lipsa unității în comunitatea lingvistică).

Ca o consecință a studiilor occidentale care privesc clasa ca pe o scară continuă pe ale cărei trepte indivizii sunt plasați în funcție de un amalgam de caracteristici personale (educație, venit, ocupație) care implică un grad de stimă socială, în timp ce toate grupurile urmăresc atingerea acelorași aspirații sociale („make more money")[63], au apărut studii sociolingvistice temerare, precum lucrarea lui Labov, din 1966, *The Social Stratification of English in New York City*[64].

Dacă, în privința societăților puternic industrializate, asupra legăturii dintre raporturile sociale și limbă au existat numeroase studii, dintre care am rezumat mai sus pe cele care se refereau la direcțiile mai importante, cercetări mai puțin numeroase s-au ocupat de țările lumii a treia, de țările în care sectorul industrial

---

60 *Ibidem*, p. 161.

61 Karl Marx, *Capital: A Critique of Political Economy,* New York, Random House, 1906.

62 Gregory R. Guy, *op. cit.*, p. 163.

63 *Ibidem*, în traducere: „Fă mai mulți bani".

64 William Labov, *The Social Stratification of English in New York City*, Washington, DC, Center for Applied Linguistics, ediția a II-a, Cambridge University Press, 2006.

este slab dezvoltat, în timp ce predominantă este ramura agricolă (există mai puțini muncitori în fabrici și mai mulți țărani și lucrători agricoli, iar procesul de urbanizare, deși în creștere, se păstrează la cote destul de scăzute față de Occident). Din punct de vedere lingvistic, aceste caracteristici creează un mediu extrem de interesant, în care abaterile de la limbajul standard sunt extrem de numeroase, iar mediile urbane sunt caracterizate de o ciocnire de dialecte dintre cele mai diverse. Adăugând și diferențele etnice, precum și puternica diferență de clasă (distanța între cei foarte bogați și cei foarte săraci este uriașă), se observă că domeniul variației lingvistice („gradul de diferență dintre varietatea standard și varietățile non-standard”[65]) este uriaș. Anumite studii întreprinse în Brazilia[66] constată un grad înalt de standardizare, de preluare a obiceiurilor lingvistice ale grupului social dominant, iar nu de inovare și îndepărtare.

Indiferent asupra căror societăți ne îndreptăm privirea, o clasificare lingvistică numai după conceptul de clasă nu este suficientă. În notarea și analiza variantelor lingvistice, fiecare criteriu le întâlnește pe celelalte. Nu e suficient să vorbim de clasă socială, fără a lua în considerare criteriul de gen, potrivit căruia între femei și bărbați există diferențe verbale considerabile, cum, la fel de bine, acolo unde este cazul, nu putem face abstracție de vârstă: tinerii muncitori vorbesc altfel decât muncitorii care se apropie de vârsta pensionării.

În realitate, lucrurile se complică și mai mult în funcție de piața muncii. Numai în România ultimilor ani, o serie de abandonuri ale locului de muncă sau de restructurări și reorientări profesionale au împins reprezentanți ai anumitor categorii sociale să migreze spre locurile de muncă ale altor categorii sociale. În acest caz, conceptul de clasă, așa cum este descris mai sus, nu mai poate fi considerat suficient în studiul variației lingvistice ale limbii în uz.

Un concept extrem de important pentru lucrarea de față îl constituie relația dintre oamenii din cadrul unei rețele sociale și numărul de legături sau conexiuni dintre membri (conform definiției relațiilor dintre membri propuse de John Gumperz), relații aplicate în mai multe studii importante[67]. Acest criteriu este opus celui de clasă și aduce în prim plan valorile individuale, pentru că pune accentul pe unicitatea experiențelor de viață și pe contactele fiecărui individ.

Densitatea rețelei se referă la numărul de conexiuni dintre membri. Într-o rețea de densitate mică, membrii o cunosc pe persoana centrală, dar nu se cunosc între ei așa de bine, în timp ce, prin contrast, într-o rețea de densitate mare, membrii se cunosc între ei foarte bine și interacționează, în mod regulat, unii cu ceilalți.

Relațiile dintre indivizi au un anumit conținut, iar acest conținut este un al doilea parametru interesant în discuția despre rețele sociale (lingvistice, respectiv

[65] Gregory R. Guy, *op. cit.*, p. 167.
[66] *Ibidem*.
[67] *Ibidem*, p. 175.

tehnice). Cum fiecare individ are un anumit rol, de exemplu poate fi soț, șef sau vecin sau le poate avea pe toate, simultan, legăturile dintre indivizi pe baza mai multor roluri determină pluralitatea rețelei, în timp ce relația stabilită pe baza unui singur rol, determină caracterul singular al rețelei[68]. Rețelele cu caracter multiplex stabilesc norme în ceea ce privește stilul vestimentar și comportamentul, și, important pentru sociolingvistică, modul în care se utilizează limba.

Cercetarea contemporană în sociolingvistică a făcut o permutare către individ și limbă. Astfel, perspectiva individuală devine cel mai important factor în relația dintre societate și limbă. Fiecare individ, dispunând de un set de variante și variabile lingvistice, realizează o alegere în a vorbi într-un anumit fel. Se produce astfel transferul de la abordarea structuralistă, care viza că statutul social și clasa îi ghidează fiecăruia modul de exprimare, către o abordare fenomenologică, ce percepe „organizarea socială ca imaginată, construită și jucată"[69]. Cu certitudine aceste direcții în sociolingvistică au în comun faptul că există un repertoriu lingvistic cu care este înzestrat fiecare individ, care alege dintre acesta, în funcție de destinatar.

Gregory L. Guy constată că teoria lingvistică trebuie să ia în considerare trei arii de cercetare când se discută despre clasă și statut social: forma gramaticală; variația semnificației; distincția dintre *langue* și *parole*, dintre competență și performanță[70].

În privința normelor gramaticale, studiile referitoare la limbă în relație cu clasa socială ajută în identificarea comunității de vorbitori, în centralizarea dialectelor și sociolectelor. În cadrul aceleiași comunități, diferitele clase sociale utilizează limba în mod diferit. Clasa socială se manifestă, în limbă, la nivel lexical, discursiv, la nivelul intonației etc.

În problema *langue*/*parole*, *langue* sau competența chomskiană se presupune că incorporează trăsături lingvistice accesibile și comune tuturor vorbitorilor, „cunoștințele pe care aceștia trebuie să le dețină pentru a folosi limba în mod corespunzător"[71]. Dar vorbitorii împărtășesc mult mai mult decât judecăți gramaticale, ei sunt în stare să identifice alte varietăți lingvistice ale altor clase sociale și, de asemenea, își pot adapta sintaxa, fonologia și lexicul, în funcție de diferitele situații, în funcție de public sau de subiectele de discuție.

---

68 *Ibidem*.
69 *Ibidem*, p. 177.
70 *Ibidem*, p. 183.
71 *Ibidem*, p. 184.

III.5. Oralitatea și scripturalitatea ca teme sociolingvistice

Contrastul dintre limba vorbită și cea scrisă, în sfera lingvisticii, a fost creionat, încă de la început, de numeroasele opinii referitoare la avantajul cognitiv presupus de limba scrisă față de cea vorbită. Revenind la Bernstein[72], trebuie reamintită distincția între cele două coduri ale limbii (restrictiv și elaborat) și atunci când se discută despre accesul la educația care implică forme scriptice.

În sociolingvistică, diferențele între limba scrisă și cea vorbită alocă un rol central contextului în care se produce limba, precum și „convențiilor care au fost asociate de-a lungul timpului cu anumite genuri ale limbii scrise sau vorbite”[73]. În momentul compoziției, scriitorul are timp să planifice, să reflecteze și chiar să revină și să corecteze, în timp ce vorbitorii iau cuvântul pe rând, utilizează mijloace extralingvistice și presară discursul cu interjecții. De asemenea, spre deosebire de scris, vorbirea este mult mai ușor supusă perturbării comunicaționale și, prin urmare, este marcată de redundanță și vâscozitate[74].

Din punct de vedere lexical și sintactic, analiza unui corpus substanțial[75] a arătat că textele orale conțin un număr semnificativ de pronume. În plus, textele scrise sunt mult mai dense în ceea ce privește cantitatea de informații care reies din acestea. Apelul la funcțiile cognitive (procesarea informațiilor) ale cititorului sunt posibile, în scris, însă, oral, dintr-o cantitatea prea mare de informații nu sunt reținute decât o mică parte dintre informații. Funcția referențială a limbajului, descrisă de Jakobson, se resimte din plin la acest nivel. După Biber[76], în urma unei analize aplicată unui vast corpus de texte scrise și orale, se constata că o măsurare a densității informațiilor din punct de vedere sintactic despărțea clar genurile scrise de cele orale.

Textele orale sunt concepute în funcție de audiență și prezintă, ca atare, un „design recipient”[77] în care se regăsesc, din plin, referințele nominale. La acestea se face apel, atunci când vorbitorul își dozează cantitatea de informații transmise, în corelație cu audiența. În funcție de relația pe care o stabilește cu audiența (o poate

---

72 B. Bernstein, *Elaborated and restricted codes: their social origins and some consequences*, „American Anthropologist”, 66/6, 1964, pp. 55-69.

73 Lowry Hemphill, *Orality and literacy in sociolinguistics*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 70.

74 W. L. Chafe, *Linguistic differences produced by differences between speaking and writing*, în D. R. Olson, N. Torrance, A. Hildyard (eds), *Literacy, Language and Learning: The Nature and Consequences of Reading and Writing*, Cambridge University Press, 1985, pp. 105-123.

75 J. Miller, R. Weinert, *Spontaneous Spoken Language: Structure and Discourse*, New York: Oxford University Press, 1998.

76 D. Biber, *Spoken and written textual dimensions in English: Resolving the contradictory findings*, „Language”, 62/2, 1986, pp. 384-414.

77 Lowry Hemphill, *Orality and literacy in sociolinguistics*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 72.

cunoaște de multă vreme, îi este extrem de familiară sau o poate cunoaște de mai puțin timp ori deloc), vorbitorul își poate ajusta vorbirea pe parcurs, chiar dacă discursul său are caracter monologic și adaptarea e puțin mai dificilă sau are un caracter dialogic, și atunci ajustarea se poate petrece mai rapid. Nu acesta este cazul când textul este așternut pe hârtie sau tehnoredactat la calculator; în acest caz nu există nicio posibilitate ca emițătorul să poată verifica nivelul de înțelegere al audienței.

În cadrul unei conversații există o competiție pentru a lua cuvântul, deși se pactizează pentru colaborarea dintre participanți. Vorbitorii trebuie, adesea, să își aștepte rândul pentru a contribui la dialog. Momentul și contextul în care următorul vorbitor ia cuvântul nu oferă aceleași condiții de participare. Deoarece mai mulți vorbitori vor să-și facă auzit acordul sau dezacordul în privința unui anumit subiect, se produc adesea fragmentări ale discursului, prin repetiții și incoerență. În conversație pot interveni suprapunerile, manifestate prin vorbirea simultană a participanților[78], pauzele inerente proceselor psihologice ale emițătorului[79] sau întreruperile.

În contrast, textul scris se desprinde de contextul inițial. Audiența unui text scris poate fi multiplă, neintenționată (din perspectiva autorului). Sărăcit de posibilitățile extralingvistice de care beneficiază textul oral (gesturi, ton, postură), textul scris face apel la artificii grafice (chenare, scris de diferite mărimi, linii) (**figura 9**).

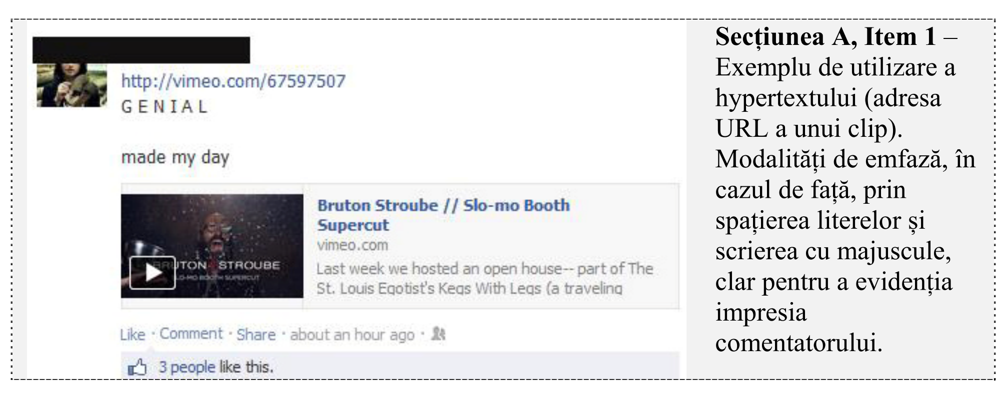


Fig. 9. Exemplu de artificii grafice realizate cu text și elemente ale interefeței care scot în evidență, în mod distinct, diferitele tipuri de text

O altă particularitate a textului scris o reprezintă registrul neutralității sau politeții în care autorul alege să trateze posibilii cititori, pe care nu îi cunoaște și cu

---

[78] Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația: structuri și strategii: sugestii pentru o pragmatică a limbii române*, Editura All Educational, București, 1999, p. 46.
[79] *Ibidem*, p. 48.

care nu poate stabili un contact inițial, sau în funcție de care să aleagă registrul de exprimare.

După cum arăta Hockett[80], vorbirea precede limba scrisă, atât în viețile indivizilor, cât și în istoria umanității. Aptitudinile orale se dobândesc mai repede, în timp ce dobândirea aptitudinilor de citire și scriere durează mai mult timp. Mai mulți cercetători consideră că deprinderea alfabetului și a regulilor de decodare a textului scris nu evoluează natural prin maturizarea în competența lingvistică, ci este un rezultat al muncii de instrucție la care obligă școala sau celelalte forme de educație. Deprinderea literalității presupune mai mult decât deprindere unei tehnici (poate vom putea vorbi, în scurt timp, despre tehnologii), ci poate presupune imersiunea în practicile sociale și o absorbție graduală a valorilor lingvistice.

După ce copiii devin autorii propriilor texte, normele lingvistice la care apelează sunt cele ale conversației orale din comunicarea față în față[81], iar prezența numeroaselor deictice, precum „asta" sau „aici" sau pronumele fără antecedent, din primele compoziții, atestă acest lucru.

Urmând relația unidirecțională existentă între limba vorbită și limba scrisă, limba vorbită influențează limba scrisă. Cu toate acestea, după ce copiii sunt alfabetizați, anumite trăsături ale comunicării lor orale devin influențabile în fața normelor limbii scrise. Expunerea la noi termeni și expresii îmbogățește lexicul utilizat ulterior și în conversații. Limba vorbită de către indivizii educați este influențată, într-o anumită măsură, de limba scrisă.

III.6. Limbă și diversitatea de gen

În urma numeroasele studii de neurologie, psihologie și, bineînțeles, sociolingvistică, ce au prezentat un interes enorm pentru legătura dintre gen și limbă, s-a observat că simpla dihotomie bărbat/femeie în modul de utilizare a limbii este o simplificare facilă.

Contrar uzului general, sociolingvistica trasează o primă delimitare conceptuală între gen și sex, *genul* fiind „un construct sociocultural și socio-psihologic complex, care nu poate fi redus la noțiunea biologică de sex"[82]. În conceptul de gen, își fac loc subiecte precum roluri și relații sociale și economice, conceptualizarea masculinității și feminității. În ultimul timp, limba și sexualitatea s-au definit ca domenii de sine stătătoare, în ciuda a numeroase întrebări retorice. Unii cercetători s-au întrebat dacă atenția ar trebui acordată identității sexuale sau ar trebui orientată spre noțiuni precum *dorința* și *eroticismul*, văzute în profunzime

80 C. F. Hockett, *Two lectures on writing*, *Written Language and Literacy*, 6/2, 2003, pp. 131-175.
81 Anne Haas Dyson, *Writing Superheroes: Contemporary Childhood, Popular Culture, and Classroom Literacy,* New York: Teachers College Press, 1997, p. 38.
82 Walt Wolfram, Natalie Schilling, *American English. Dialects and Variation*, ediția a III-a, Wiley Blackwell, 2016, pp. 245-246.

psihologică[83]. Cu toate acestea, se operează adesea cu cele două concepte în același mod, atunci când ideile sociolingvisticii nu pot comite erori. O trecere în revistă a ideilor sociolingvisticii în probleme de gen atrage atenția asupra mutației care s-a petrecut de la primele studii – care vizau diferențele lingvistice între femei și bărbați, către genul văzut ca o performanță, decât ca un dat care se manifestă în diferite forme, de la cultură la cultură și de la comunitate la comunitate (bărbat, femeie, homosexual român ș.a.). În această construcție a identității, individul dispune de creativitate, dar se izbește și de restricțiile impuse de diferitele norme sociale care trasează clar ce anume este adecvat și ce nu. În privința genului, cu toții suntem constrânși, aproape în mod global, de heteronormativitate[84], adică de presupunerea că ordinea de gen constă în bărbați și femei care se comportă în moduri adecvate (bărbatul acționează bărbătește, femeia acționează feminin[85]). Ca urmare, unii cercetători, precum Livia, Bucholtz și Hall[86], aliniază studiul lingvistic studiilor feministe sau homosexuale, propunând chiar o „lingvistică a devianților", văzută ca „o apropiere de limbă și sexualitate care încorporează teme din teoriile feministe, deviante și sociolingvistice pentru a analiza sexualitatea ca pe un amplu fenomen sociocultural"[87].

În studiile tradiționale de sociolingvistică, relația dintre limbă și gen cădea într-una dintre cele trei categorii teoretice: deficit, diferență și dominanță[88]. În sfera deficitului, se demonstra slăbiciunea comportamentului lingvistic feminin, justificată prin rolul minor pe care femeile l-au jucat în societățile tradiționale, dar și în urma criteriilor biologice care defineau „sexul slab". Printre formele de slăbiciune lingvistică se regăseau: formulele de alint (menite să îndulcească impactul unei afirmații), întrebările disjunctive („You are John, aren't you?" / „Ești John, nu-i așa?"), cererile și rugămințile indirecte. În sfera abordărilor pe baza de diferențe, bărbații și femeile fac parte din subculturi diferite. În sfârșit, aria studiilor bazate pe dominanță subliniau lipsa de putere a femeilor față de bărbați, atunci când explicau comportamentele lingvistice diferite.

Studiile ultimelor decenii au concentrat aceste câmpuri separate, la început incluzând o serie nouă de factori, precum noile identități de gen sau diversitatea de gen care influențau și influențează limba.

83 Deborah Cameron, Don Kulick, *Language and Sexuality*, Cambridge University Press, 2003.

84 Natalie Schilling, *Language, gender, and sexuality*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 219.

85 Deborah Cameron, *Language, gender, and sexuality: current issues and new directions*, „Applied Linguistics", 26/4, 2005, pp. 482-502.

86 Anna Livia, Kira Hall (ed.), *Queerly Phrased. Language, Gender, and Sexuality*, Oxford University Press, 1997.

87 Mary Bucholtz, Kira Hall, *Theorizing identity in language and sexuality research*, „Language in Society", 33, 2004, p. 469.

88 Natalie Schilling, *op. cit.*, p. 220.

O serie de studii moderne[89] demonstrau că, în cadrul unei comunități lingvistice, există mai multe diferențe intra-gen, decât între genuri, ba chiar că există diferențe în interiorul aceluiași gen și similitudini lingvistice între genuri. Acestor observații li se adăugau importanța rețelei sociale locale și înțelesurile lingvistice locale, adică particulare unui anumit loc. Comportamentul lingvistic bazat pe gen se întrepătrunde cu cel al rolurilor jucate de femei și bărbați în cadrul comunității locale sau a rețelei sociale, pentru că fiecare membru își adaptează limba unor situații și contexte specifice.

În ultimii ani, acceptarea diversității de gen și a identităților deviante la nivel instituțional, în multe state ale lumii occidentale, au impus și în sociolingvistică, așa cum era de așteptat, o anvergură care să îndepărteze dihotomia veche și categorică bărbat/femeile. Se depășesc indivizii și grupurile de heterosexuali (heteronormativitatea) pentru a remarca noi identități de gen, cu noi probleme și caracteristici lingvistice (indivizi homosexuali, lesbiene, bisexuali, transsexuali). Studiile de nișă în sociolingvistică nu mai iau în considerare grupurile monolitice (gay, lesbiene) și nici varietățile și stilurile monolitice, ci se axează pe variația lingvistică în cadrul grupurilor.

„În particular, cercetătorii au abandonat încercările de a identifica ce trăsătură se corelează cu vorbirea celor care se auto-identifică drept gay sau lesbiene, de exemplu, către a investiga cum folosesc caracteristici și varietăți lingvistice care reliefează diferitele fațete ale identității sociale, indivizii care interacționează, studiind identitățile de gen multiple și dinamice”[90]. Aceste studii au analizat aspecte dintre cele mai interesante, de la comutarea codului între „limba femeilor”, „engleza gay”, „limba bărbaților”[91], la studii care se axează pe caracteristica acustică a vorbirii între homosexuali și heterosexuali. Ultimele studii, au arătat, cu un anumit curaj, că toate identitățile sunt identități de gen, chiar și cele mai puțin remarcabile, și că toate identitățile (văzute ca performanțe) sunt marcate de heteronormativitate, incluzând aici nu doar pe cei care se conformează strict normelor de gen și de sexualitate, ci chiar și cele mai independente și marginalizate identități.

III.7. Multilingvismul

Multilingvismul desemnează utilizarea mai multor limbi de către indivizi, precum și utilizarea mai multor limbi în societăți și țări din întreaga lume. Studiul

---

89 L. Milroy, *Women as innovators and norm-creators: The sociolinguistics of dialect leveling in a Northern English city*, în Suzanne Wertheim, Ashleigh C. Bailey, Monica Corston-Oliver (eds.), *Engendering Communication: Proceedings of the Fifth Berkeley Women and Language Conference*, Berkeley, CA, Berkeley Women and Language Group, 1998, pp. 361-376.

90 Natalie Schilling, *op. cit.*, p. 223.

91 *Ibidem*.

multilingvismului s-a preocupat dintotdeauna cu numărul de limbi și distribuția acestora pe mapamond. Greutatea principală în aceste studii a constituit-o, de la început, existența diferitelor forme lingvistice, iar stabilirea uneia sau alteia dintre forme ca fiind limbă de sine stătătoare a fost mereu un motiv de dezbatere (chiar dacă implementarea unor criterii precum similitudinea structurală sau inteligibilitatea mutuală au ajutat de multe ori)[92]. Cele mai dificile se prezintă lanțurile de dialecte, de varietăți adiacente asemănătoare. Va fi, deci, foarte greu să se stabilească un criteriu de inteligibilitate (prin urmare, și de asemănare), de exemplu, în cazul continuității dialectelor germane și olandeze. În alte cazuri, criteriile socio-politice primează în fața argumentelor lingvistice, iar limbi precum croata și sârba, deși au forma structurală similară, sunt clasificate ca fiind limbi diferite.

Aceste greutăți nu i-a împiedicat însă pe lingviști să continue monitorizarea numărului de limbi, prin strângerea de date statistice. Un recensământ apărut în *Ethnologue*[93], o sursă de referință în statisticile lingvistice, indica prezența a 6.909 de limbi vorbite în întreaga lume (**figura 10**). Lingviștii sunt de acord, în principiu, că în lume se vorbesc în jur de șapte mii de limbi.

Country	% of migrant languages (of the total no. of languages spoken in the country)	No. of migrant languages
United Arab Emirates	81	29
United Kingdom	79	44
Ukraine	69	29
Belgium	66	19
France	63	39
Germany	61	42
Gambia	57	13
Sweden	53	17
USA	52	188
Canada	49	83
South Africa	40	16
Israel	31	15
Italy	22	9
Australia	22	46

Fig. 10. Diversitatea lingvistică (sursa: M.Paul Lewis)

92 Ana Deumert, *Multilingualism*, în Rajend Mesthrie (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011, p. 261.

93 M. Paul Lewis, *Ethnologue: Languages of the World*, 15th, Dallas, TX, SIL International, 2009.

Distribuția limbilor pe glob nu este egală, țările din preajma ecuatorului înregistrând cea mai mare diversitate lingvistică. Această proporție geografică poate fi explicată cu raționamente care vizează mediul. În locurile în care clima este propice agriculturii, iar producția de hrană asigurată, comunitățile sunt mici și se auto-întrețin, fără să fie nevoite să interacționeze des cu alte comunități, pentru a face comerț, de exemplu. Prin urmare, în aceste locuri, comunitățile și-au conservat limba și obiceiurile culturale. În locurile în care colaborarea este esențială pentru supraviețuire, grupurile mici intră în contact cu alte grupuri, iar grupurile mari reușesc să își impună limba și alte practici[94]. Același principiu lingvistic se aplică și pentru comunitățile care au fost subordonate, la un moment dat, de o putere colonialistă.

Secolul al XX-lea s-a caracterizat și printr-un fenomen de migrare în masă. Statele Unite ale Americii sunt un bun exemplu de acomodare a multor emigranți care, odată stabiliți, au continuat să vorbească limba de baștină în cadrul micii comunități pe care au creat-o alături de conaționalii cu care au emigrat. În același timp însă, aceste comunități au fost obligate, din rațiuni socio-culturale, să adopte stilul american și să deprindă cunoașterea limbii engleze.

Așa cum arăta Edwards[95], multilingvismul se manifestă la nivel individual, fie doar prin cunoașterea măcar a câtorva cuvinte în altă limbă, fie printr-o competență lingvistică avansată (**figura 11**). În afara acestor constatări graduale, există o competență lingvistică pasivă, care se manifestă prin faptul că individul înțelege mai multe limbi, dar nu reușește să producă afirmații în acele limbi și există și competență lingvistică în care înțelegerea și producerea de afirmații sunt dublate de talent de exprimare în scris. Suzanne Romaine[96] sintetiza acest spectru, văzându-l ca pe un interval continuu în care se reunesc, în diferite forme ce variază de la individ la individ, aptitudini de ascultare, citire, vorbire și scriere, la nivelurile diferite ale limbii, precum fonetic, gramatical, lexical, semantic sau stilistic. În modul în care se manifestă variațiile de competență la aceste niveluri diferite ale limbii, se invocă adesea exemplul scriitorului Joseph Conrad[97], născut în Polonia, care a deprins limba engleză în timpul adolescenței și pe care o vorbea extrem de fluent, dar a cărui pronunție făcea dificilă înțelegerea mesajului, de cele mai multe ori.

94 D. Nettle, *Linguistic Diversity*, Oxford University Press, 1999, *apud* Ana Deumert, *Multilingualism*, în Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 262.

95 John Edwards, *Multilingualism,* London, Routledge, 1994, p. 55.

96 Suzanne Romaine, *The Bilingual and Multilingual Community*, în Tej K. Bhatia, William C. Ritchie, *The Handbook of Bilingualism*, Blackwell Publishing Ltd., 2006, pp. 385-405.

97 Ana Deumert, *Multilingualism*, în Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 265.



Secțiunea B, Item 36 – Comentariu în limba franceză la distribuirea unui articol (*share*) (în limba franceză). Excemplu de competență lingvistică într-o limbă străină și marcarea identitară la o comunitate francofonă.

Fig. 11. Exemple de aptitudine lingvistică în limba franceză

Un alt exemplu invocat adesea în studiile asupra multilingvismului este cel al comunicării dintre scandinavi (danezi, norvegieni, suedezi) care discută utilizând propria limbă și nu o *lingua franca*, precum engleza, presupunând, de la început, că partenerii de discuție vor da dovadă de „receptivitate multilingvistică”[98] și vor fi în stare să urmărească firul discuțiilor, lucru care nu se întâmplă întotdeauna din cauza perturbărilor de cod.

Deprinderea unei limbi străine a fost întotdeauna un subiect interesant pentru numeroși psiholingviști care au reliefat corelația dintre capacitatea psihică de a învăța o limbă străină și vârsta biologică la care acest lucru se poate realiza cu ușurință. Odată cu trecerea timpului, abilitatea unui adult de a deprinde o limbă străină scade considerabil. Alături de această variabilă a vârstei, autori precum Aronin și Singleton[99] au adus în discuție noi variabile, precum motivația individuală, similitudinile limbii străine supuse învățării cu limba nativă sau frecvența de utilizare a celei de-a doua limbi. Cu toate acestea, învățarea unei limbi continuă și ca adult, fie în cadrul unei instituții educative, fie în mod natural, rareori asistat de tutori sau alte ajutoare lingvistice, la contactul direct cu limba străină.

---

[98] K. Braunmüller, *Semicommunication and accommodation: observations from the linguistic situation in Scandinavia*, „International Journal of Applied Linguistics”, 12, 2002, pp. 1-23.

[99] Larisa Aronin, David Singleton, *Multilingual*, John Benjamins Publishing, 2012, p. 50.

Comutarea de cod („code-switching”) reprezintă utilizarea, în cadrul unei conversații, a unor elemente lingvistice din mai multe limbi și este omniprezentă între multilingviști. Comutarea codului nu este dependentă de vârstă, este tipică atât pentru copiii și adolescenții poligloți, cât și pentru adulți și poate interveni în cadrul aceleiași propoziții (intra-propozițională) sau între fraze (inter-propoziționale). Ea poate fi identificată, de asemenea, atât în vorbire, în scrierea informală, cât și în performanța lingvistică stilizată.

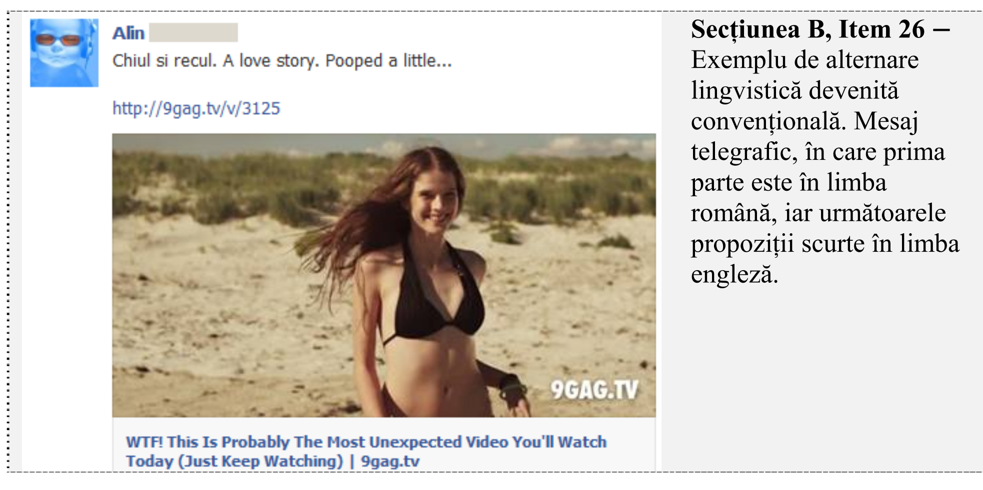
În interacțiunea dintre cunoscătorii mai multor limbi, utilizarea mai multor limbi (coduri multilingvistice) reprezintă o normă comunicațională care reliefează competența lingvistică și chiar identitatea culturală a vorbitorului. În aceste cazuri, alternarea limbilor poate avea scopuri stilistice[100] (**figura 12**).



Fig. 12. Exemplu de competență lingvistică în franceză

În cadrul comunităților multilingve, alternarea limbilor poate deveni convențională, atunci când înregistrează o frecvență mare („spanglish”, „romgleză”) (**figura 13**).

[100] Ana Deumert, *Multilingualism*, în Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 269.



Secțiunea B, Item 26 – Exemplu de alternare lingvistică devenită convențională. Mesaj telegrafic, în care prima parte este în limba română, iar următoarele propoziții scurte în limba engleză.

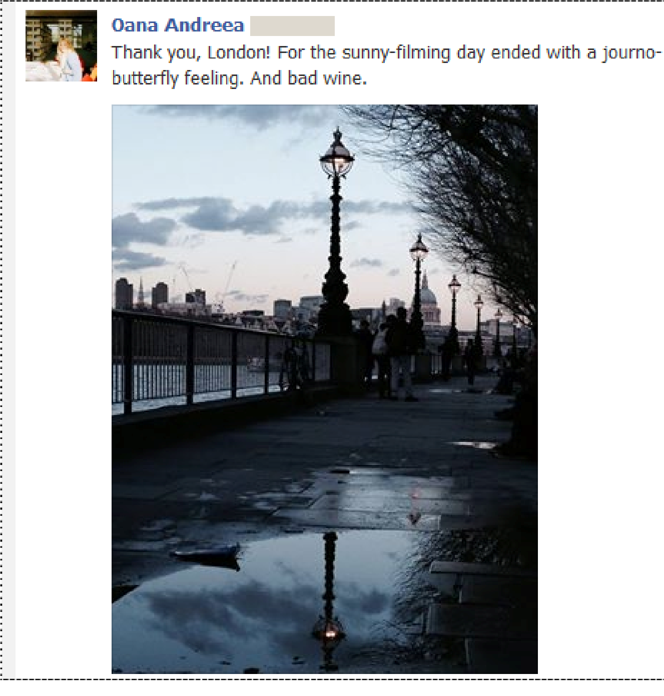
Fig. 13. Exemple de alternare lingvistică devenită convențională – „romgleză"

Reacțiile la comutarea de cod sunt diverse. Pe de o parte, se înregistrează critici care invocă schimonosirea limbii naționale, iar pe de altă parte, se acumulează un prestigiu ascuns față de aceste varietăți lingvistice văzute ca marcatori identitari.

Alegerea limbii în cazul poliglоților depinde de situația și de competența lingvistică a interlocutorilor. Alegerea unei anumite limbi dintre cele stăpânite „marchează identități de grup și apartenențe de grup, negociază roluri și statuturi sociale și stabilește solidaritate sau distanță interpersonală"[101] (**figura 14**).

Am remarcat odată, în avionul de întoarcere de la Londra, că tinerii români care urmează cursurile unor facultăți din Regat sau cei care au adesea deplasări în cadrul unor companii multinaționale în care se folosește limba engleză au discursul presărat cu termeni în limba engleză pentru a marca statutul social și identitatea (multi)culturală. Schimbarea interlocutorilor poate presupune și o schimbare în alegerea limbii folosite. Cu cât mediul ascultătorilor este mai limitat (familie, prieteni, vecini, colegi), cu atât posibilitățile de exprimare lingvistică în alte limbi decât cele cunoscute în cadrul respectivelor sisteme sunt mai limitate.

[101] Ana Deumert, *Multilingualism*, în Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 270.



Secțiunea B, Item 16 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate. Fostă studentă în Iași care urmează un program de master la Londra.

Fig. 14. Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate (români imigrați)

Indiferent de multilingvismul individual, există societăți întregi în care multilingvismul este o caracteristică definitorie. O astfel de diversitate lingvistică, numită „lingvism societal”[102], se poate suprapune adesea cu nivelul de competență lingvistică în mai multe limbi ale indivizilor care trăiesc în cadrul societăților respective (Kenya, Tanzania) sau poate fi singular (în țări ca Australia – fostă colonie britanică, în care limba engleză a prosperat, dar, cu toate acestea, emigranți din toate colțurile lumii s-au stabilit în Australia, unde, s-a constatat, în baza unui recensământ lingvistic din 2006, că se vorbesc 388 de limbi[103], însă de către un procent mic din populație – în jur de 20%, restul nemanifestând niciun interes pentru deprinderea altei limbi în afară de limba engleză; sau cazul Elveției, unde fiecare dintre vorbitori folosește una dintre cele patru limbi naționale – germana, franceza, italiana și retoromana).

Pe lîngă multilingvismul societal și aptitudinile lingvistice ale indivizilor care utilizează schimbarea de cod, atunci când situația o permite, o altă preocupare lingvistică importantă o constituie împrumuturile lingvistice. Împrumuturile lexicale – intrarea unui cuvânt dintr-o limbă străină în lexicul limbii native – își

---

[102] *Ibidem*, p. 272.
[103] *Ibidem*, p. 273.

pot găsi un mediu propice acolo unde poliglosia individuală și societală este la cote reduse. În contextul globalizator, în care limba engleză joacă un pronunțat rol central, cele mai multe împrumuturi de cuvinte sunt din această limbă utilizată frecvent și în multe instituții. Împrumuturile din limba engleză se regăsesc în foarte multe limbi de pe glob (**figura 15**). James Stanlaw[104] arăta că în societățile în care nivelul de cunoaștere a limbii engleze nu este foarte ridicat, au apărut așa numitele variante locale de engleză, precum engleza fabricată în Japonia, ale cărei cuvinte sunt considerate o categorie separată de cuvinte

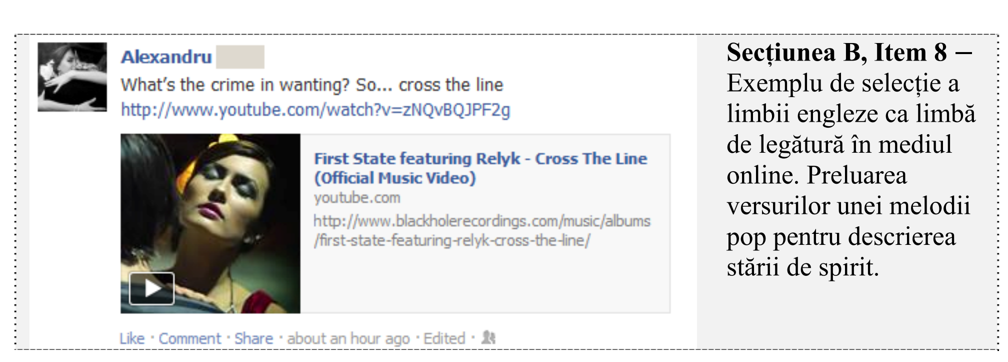


Fig. 15. Exemplu de utilizarea a limbii engleze ca *lingua franca* a mediului online

Ben Rampton[105] ilustra cum contactul nativilor cu membri ai unor comunități vorbitoare de limbi străine poate da naștere unui joc lingvistic de utilizare a unor elemente din limba străină – fenomenul de intersectare lingvistică, fără a cunoaște această limbă, în general, și nici modelele respective, în particular, cu scopul de stabilire a solidarității etnice.

Multiculturalismul a apărut la mijlocul anilor'60, în urma diferitelor proiecte pentru drepturi civile, pentru echitate politică și egalitate de șanse. Această mișcare politică a reușit să impună, până la urmă, dreptul oamenilor la păstrarea tradiției culturale a țărilor din care proveneau. Firește, o piesă esențială din această moștenire culturală a constituit-o și o constituie limba nativă. Unele țări, precum Franța sau India, au făcut mult mai mult pentru cetățenii lor de alte etnii, decât ignorarea neutră. În India, de exemplu, sunt recunoscute, pe lângă sărbătorile hinduse locale, sărbătorile musulmane, creștine și budiste. Aceste politici de acceptare a festivităților culturale ale grupurilor din societate (dublate de alte măsuri, precum acordarea dublei cetățenii sau acordarea autonomiei teritoriale) constituie unele dintre cele mai avansate forme de multiculturalitate întâlnite astăzi în lume. Se implementează, astfel, integrarea socială bazată pe acceptarea

[104] James Stanlaw, *Japanese English. Language and Culture Contact,* Hong Kong University Press, 2004, p. 299.

[105] Ben Rampton, *Language in Late Modernity. Interaction in an Urban School*, Cambridge University Press, 2006, p. 143.

diferențelor (inclusiv lingvistice, un prim factor în stabilirea identității de grup), iar nu prin asimilare.

III.8. Comutarea de cod

Problema arzătoare a comutării de cod a găsit un amplu spațiu de dezbatere în ultimii ani (Muyksen în 2000, Clyne în 2003, Jacobson în 2001, Bullock & Toribio în 2009, Bhatia & Ritchie în 2004, Auer & Li Wei în 2007[106]), pentru că s-a produs, treptat, schimbarea polului comunicațional de pe monolingvism către capacitatea vorbitorilor de a utiliza mai multe limbi în același timp, în cadrul aceleiași conversații. Regularitatea cu care aceste schimburi conversaționale se realizau în mai multe limbi i-au orientat pe cercetători mai mult pe schimbarea de cod, decât pe împrumuturile lexicale sau pe interferența lingvistică.

Muysken consideră ca fiind necesară o clarificare conceptuală a definiției *comutării de cod*. Autorul arăta că un studiu care vizează schimbarea de cod se axează în principal pe producția lingvistică, decât pe percepție, că nu există o limită a numărului doi ca fiind numărul maxim de limbi care pot interveni într-o conversație și că nici nu există o separație clară între ceea ce constituie coduri, dialecte sau limbi separate; că un eveniment comunicațional poate fi o replică în cadrul unei conversații sau poate fi lectura unui semn de circulație bilingv. În plus, Muyksen atrage atenția asupra imperativului separării comutării de cod de împrumutul lexical pe baza unor criterii precum matricea lingvistică, gradul de multilingvism al comunității vorbitoare, cantitatea materialului lingvistic preluat din altă limbă, prevalența schimbării de cod atunci când semnificația cuvântului străin se poate regăsi într-un alt cuvânt care există deja în limbă[107]. De asemenea, între comutarea de cod și interferența lingvistică există o diferențiere pe care se fundamentează însuși conceptul comutării: comutarea presupune cunoștințe în ambele limbi între care se comută, în timp ce interferența lingvistică presupune aplicarea cunoștințelor din limba nativă în înțelegerea limbii străine.

	Time depth	Adaptation to matrix	Bilingualism	More than one word	Variability
Historical borrowing	+	+	+	−	+
Bilingual borrowing	−	+	+	+	+
Code-switching	−	+	+	+	+
Mixed languages	+	+	+	+	−

Fig. 16. Criterii de diagnostic pentru stabilirea comutării de cod (sursa: Pieter Muysken)

[106] P. Auer, L. Wei, *Handbook of Multiculturalism and Multilingual Communication*. Berlin, Mouton de Gruyter, 2007, *apud* Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 301.
[107] *Ibidem*, pp. 302-303.

A existat o dezbatere în privința utilizării terminologiei de comutare de cod (*code-switching*) în favoarea mixului de cod (*code-mixing*) (**figura 16**). S-a optat pentru prima variantă, datorită gradului de procesare pe care îl denotă.

În tradiția sociologiei limbii, Joshua Fishman[108] a instituit prima dată criteriile „domeniului", aflat în sfera de interes a contactului lingvistic și, implicit, a comutării de cod. Conceptul de *domeniu* reprezintă regiuni în funcție de care vorbitorii își împart viața cotidiană și în funcție de care fac alegerile lingvistice potrivite (acasă, serviciu, biserică, cu prietenii). Apelând tot la studiile vechi care au avut o influență puternică până astăzi, Gumperz[109] nu poate fi omis nici acum, cu ale sale distincții referitoare la comutarea situațională și metaforică. Comutarea situațională se produce în funcție de factori care sunt exteriori de voința vorbitorului (de exemplu, atunci când discuției i se alătură un nou interlocutor), iar cea metaforică este o „diversiune" de atmosferă indusă chiar de către vorbitor. Aceste influențe s-au regăsit în cele mai puternice studii despre modelele de interacțiune în cazul schimbării de cod, atunci când intervin iregularitatea formelor și comutarea între interacțiunea bazată pe discurs și cea bazată pe participant[110].

Ca reprezentant al pragmaticii conversației bilingve, Auer[111] distinge patru tipuri de comutări:

1. comutarea conversațională / discursivă, realizată pe rând sau în aceeași tură, între limba A și limba B;
2. comutarea preferențială, care presupune o negociere în alegerea lingvistică;
3. strategia ambiguității sau a neutralității, în cazul în care nu există nicio limbă de bază și niciun amestec lingvistic;
4. inserare / transfer, unde se remarcă limba de bază cu părți inserate dintr-o a doua limbă (**figura 17**).

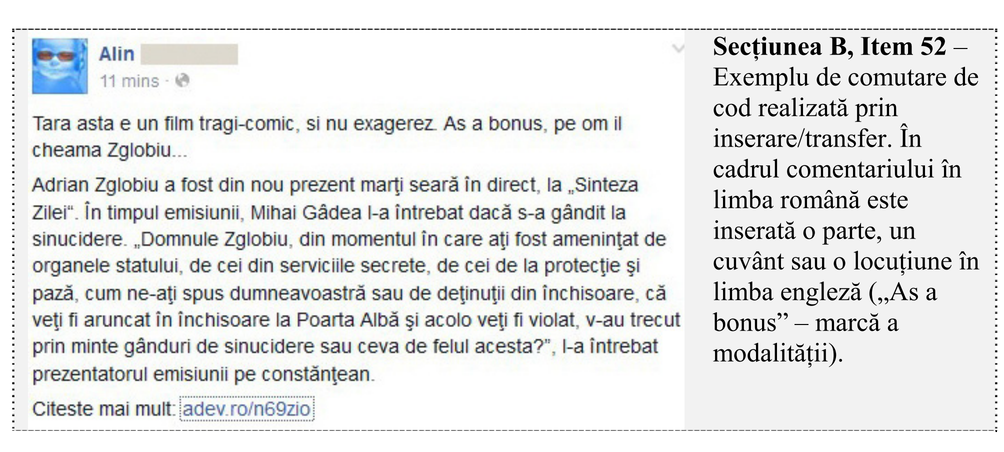
---

108 Joshua A. Fishman, *Language in Sociocultural Change. Essays by Joshua A. Fishman*, Stanford, Stanford University Press, 1972, p. 80.

109 John Gumperz, Dell Hymes, *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972, *apud* Pieter Muysken, *Code-switching*, în Rajend Mesthrie (ed.), *op. cit.*, p. 305.

110 Carol Myers-Scotton (ed.), *Codes and Consequences: Choosing Linguistic Varieties*, Oxford University Press, 1998, pp.143-145.

111 P. Auer, *From codeswitching via language mixing to fused lects: Towards a dynamic typology of bilingual speech*, „International Journal of Bilingualism", 3, 1999, pp. 309-332.



Secțiunea B, Item 52 – Exemplu de comutare de cod realizată prin inserare/transfer. În cadrul comentariului în limba română este inserată o parte, un cuvânt sau o locuțiune în limba engleză („As a bonus" – marcă a modalității).

Fig. 17. Exemplu de comutare de cod prin inserare / transfer: în limba de bază (limba română) este inserată o parte de text într-o altă limbă (limba engleză)

Nivelul gramatical la care se produc aceste comutări este o altă temă centrală care se poate studia în urma contactului dintre limbi. În mod normal, comutările sunt clasificate în funcție de locul în care apar:

- inter-propoziționale: între două propoziții separate sau două propoziții coordonate care aparțin aceleiași expresii (**figura 18**);



Secțiunea B, Item 56 – Exemplu de comutare de cod inter-propozițională (limba română și limba franceză) în cazul unei urări la masă (virtuală).

Fig. 18. Exemplu de comutare de cod inter-propozițională

- extra-propoziționale / emblematice, între o propoziție și un element extra-propozițional atașat; cele mai comune exemple se referă la utilizarea conjuncțiilor și a altor marcatori discursivi (**figura 19**);



Fig. 19. Exemplu de comutare de cod extra-propozițională

- intra-propoziționale, în cadrul aceleași propoziții (**figura 20**);

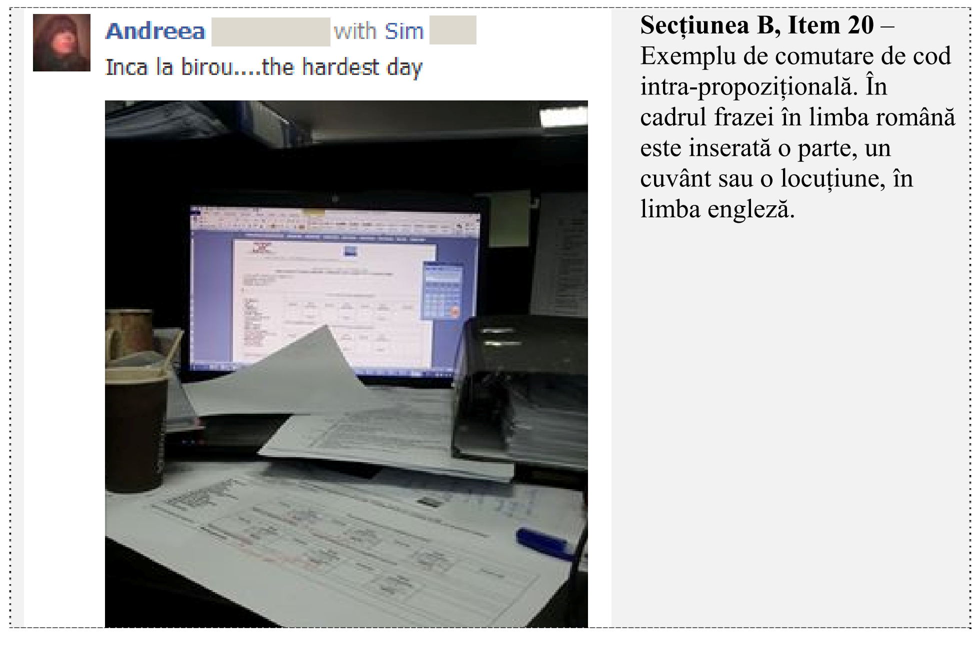


Fig. 20. Exemplu de comutare de cod intra-propozițională

- un singur cuvânt: o subcategorie intra-propozițională, dar care conține un singur element de comutare (**figura 21**);



Fig. 21. Exemplu de comutare de cod cu un singur cuvânt

Pieter Muysken[112] adaugă o distincție acestor categorii, în funcție de cantitatea materialului lingvistic măsurabilă printr-un raport între limba de bază și a doua limbă: când sensul determinat de structura lingvistică din limba de bază nu este schimbat de materialul străin introdus, vorbim de asimetrie pentru că există o singură limbă de bază; când se produce o schimbare a sensului prin introducerea materialului lingvistic din cea de-a doua limbă, se produce o simetrie (alternare).

În sfârșit, o ultimă preocupare de studiu, care implică o abordare sociolingvistică și pragmalingvistică, se referă la studiul identității vorbitorului care comută între limbi și a motivului pentru care face acest lucru. S-a reușit, până acum, identificarea unui număr de factori. În comunitățile de imigranți, membrii lor constituie a doua generație de vorbitori bilingvi, cu vârsta între 12 și 25 de ani[113]. Pentru aceștia, comutarea lingvistică se realizează în conversațiile informale și în lipsa oricărui străin de această limbă. Motivele pentru care acești vorbitori comută între limbi a fost, inițial, explicat prin tabelul de funcții ale limbii propus de Roman Jakobson[114] (**figura 22**).

[112] Pieter Muysken, *Bilingual Speech: A Typology of Code-Mixing*, Cambridge University Press, 2000, p. 96.
[113] Pieter Muysken, *op. cit.*, p. 312.
[114] R. Appel, P. Muysken, *Language Contact and Bilingualism*, London: Edward Arnold, 1987, *apud* Pieter Muysken, *op. cit.*, p. 312.

Function	Refers to	Function of switch
Emotive	Addresser	Switching to address particular emotions
Conative	Addressee	Different types of speaker oriented code-switching, e.g. language accommodation
Referential	Context	Topic-related switching
Phatic	Channel of communication	Cross-linguistic repetitions, emphatic use of switched discourse markers and tags, to create a different atmosphere
Metalinguistic	Code itself	e.g. switching for clarification and translation
Poetic	Message	e.g. switching in street language and in bilingual songs

Fig. 22. Modelul funcțiilor limbajului aplicat comutării lingvistice (sursa: Pieter Muysken)

Atunci când acest model devine ineficient, trebuie considerat întregul repertoriu lingvistic de varietăți și stiluri pe care le dețin atât vorbitorii unei singure limbi, cât și cei bilingvi. În urma acestei înregistrări repertoriale, se poate bănui că vorbitorii urmăresc o transformare stilistică prin care își includ competențele bilingve în conversația cu partenerii bilingvi pentru „maximizarea efectelor stilistice”[115].

III.9. Globalizarea și „limbile engleze” ale lumii

Globalizarea produsă în ultimii ani s-a înregistrat și în lingvistică, prin extinderea numărului de vorbitori de limbă engleză în diferite țări de pe glob și în diverse contexte sociale. Sociolingvisticii i s-au deschis, astfel, perspectivele de cercetare în aceste tendințe internaționale despre care se prevede că se vor accentua și în anii următori. Astfel, s-au deschis teritorii noi de explorare în privința diferențelor dialectale și de contexte discursive diverse ale unor „limbi engleze” globale. În foarte multe țări, limba engleză a devenit o limbă nativă, un simbol al identității locale, un mediu de instrucție, un icon cultural al occidentalizării și succesului, „un țel care înglobează promisiunea unei vieți mai bune”[116].

Interesul sociolingvisticii este crescut, în primul rând, pentru contextele sociale în care se utilizează limba engleză în diferite țări. În unele dintre acestea, utilizarea limbii engleze denotă relații de putere și diferențe de statut social, în timp ce în altele contactul lingvistic a condus la transferul lingvistic (*language shift*).

Cercetările sociolingvistice care încearcă să țină pasul cu schimbările petrecute sunt fie de natură macro-sociolingvistică, unghi din care se calculează și

[115] *Ibidem*, p. 312.
[116] Edgar W. Schneider, *English Around the World*, Cambridge University Press, 2011, p. 52.

factorii politici, discursivi, fie micro-sociolingvistică, la care acționează studiile descriptive.

Studiile în care cercetătorii deveneau conștienți de amploarea fenomenului de extindere a limbii engleze datează din 1980 (Bailey & Gorlach, 1982[117]; Kachru, 1982[118]; Platt, Weber & Ho, 1984[119]). De atunci s-au propus o serie de termeni, precum „English World-Wide” sau „World Englishes”[120] care să marcheze amploarea fenomenului și, deși terminologia fenomenului variază, fiecare denumire se axează pe o anumită particularitate socială și lingvistică. Deasupra acestor axări, pare a se situa termenul de „World Englishes”, care poate fi separat de alți termeni care denotau și o anumită particularitate de studiu și de metodă, ce prezintă un caracter generic și larg, în care încap, fără îndoială, varietățile limbii engleze din întreaga lume.

Contextul socio-istoric în care limba engleză s-a răspândit, treptat, începe cu Imperiul Britanic și incursiunile în Lumea Nouă (America de Nord, Caraibe), Asia (India, Malaezia, Singapore), Australia și Noua Zeelandă, Africa de Sud, momente care au marcate debutul unei îndelungate perioade de colonializarea și exploatare, care, deși pornea cu un handicap în fața celorlalte mari puteri colonialiste, precum Franța, Spania, Olanda și Portugalia, se încheia cu un succes răsunător și cu un sistem care s-a extins în întreaga lume, în secolele al IX-lea și al XX-lea. Chiar dacă, în cele din urmă, toate aceste colonii și-au obținut independența, aproape toate țările au păstrat relații simbolice speciale, politice și economice cu regina suverană și calitatea de membru Commonwealth. Cele mai multe națiuni suverane au eșuat în a îndepărta limba dominatorilor britanici (precum India), în timp ce doar trei state au reușit să forțeze, prin diferite mijloace, ca limbile indigene să joace rolul de limbi naționale (Tanzania, Malaezia și Filipine). Acest succes de ecou al persistenței limbii engleze, în diferite forme și contexte, a fost pus pe seama a două caracteristici puternice: faptul că limba engleză este neutră din punct de vedere etnic (niciun grup etnic nu beneficiază de pe urma utilizării limbii engleze în defavoarea altui grup) și faptul că limba engleză este o ieșire către bunăstarea economică (relația cu Occidentul, locuri de muncă mai bune, venituri mai bune).

117 Richard Bailey, Manfred Görlach (eds), *English as a World Language*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 1982.

118 Braj B. Kachru (ed.), *The Other Tongue: English across Cultures*, Urbana and Chicago, University of Illinois Press, ediția a II-a, 1992.

119 John Platt, Heidi Weber, Mian Lian Ho, *The New Englishes*, London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

120 Braj B. Kachru, *Asian Englishes. Beyond the Canon*, Hong Kong University Press, 1992, *Preface*, p. xv.

Salikoko Mufwene[121] distingea, într-o manieră destul de șubredă, trei stiluri de colonizare, în funcție de scopurile acestora:

- coloniile comerciale (grupate în jurul unor forturi sau drumuri comerciale și în cadrul cărora contactul lingvistic era sporadic);
- coloniile de exploatare („agenți" ai țării dominatoare, în care cei mai mulți membri erau vorbitori de dialecte non-standarde și trăiau diferit, sub diferite relații de putere, dar în care o parte dintre elite au avut acces la limba engleză);
- așezămintele coloniale, în care imigranții stabiliți intrau frecvent în contact cu limba indigenilor;
- coloniile de plantații (unde lucrătorii imigranți sau sclavii au creat limbi creole).

O taxonomie mai nouă și concentrată pe formele și funcțiile limbii engleze în procesul de colonializare aparține lui Anthea Gupta[122]:

- engleza monolingvă ancestrală, prezentă în țări precum Regatul Britanic, Statele Unite ale Americii și Australia, transmisă din generație în generație, în forme dialectale non-standard, cu influențe ale populației indigene și ale numeroșilor imigranți;
- varietăți monolingve de contact, prezente în țări precum Jamaica, cu varietăți care se transformă continuu, vorbite de descendenți ai sclavilor care au adoptat-o, inițial, în scopuri informale;
- engleza scolastică multilingvă, care se regăsește în țări precum India, acolo unde limba engleză este a doua limbă, transmisă scolastic pentru că reprezintă un simbol al statutului social;
- varietăți multilingve de contact, regăsite din plin în țări precum Singapore sau Nigeria, unde forma indigenă de engleză se întâlnește cu celelalte limbi indigene;
- engleza ancestrală multilingvă, regăsită în țări precum Africa de Sud sau Canada, locuri în care limba engleză are un rol oficial alături de o altă limbă.

În funcție de raportul dintre modul de colonizare și modul de utilizare a limbii, Marea Britanie se distinge de Spania și Franța. Dacă interesul principal al Spaniei era cel de exploatare și de misionariat, în timp ce Franța nu se sfia să intre în contact intensiv cu populațiile băștinașe și să disemineze limba franceză, britanicii erau interesați de profitul propriu, în sensul pactizării cu populațiile locale, pe care, însă, nu au dorit să le anglicizeze lingvistic sau cultural.

121 Salikoko S. Mufwene, *The Ecology of Language Evolution*, Cambridge University Press, 2000, pp. 8-9.

122 Anthea Fraser Gupta, *Colonisation, migration, and functions of English*, în Edgar Schneider (ed.), *Englishes around the World*, Vol. I: *General Studies, British Isles, North America*, Vol. II: *Caribbean, Africa, Asia, Australasia. Studies in Honour of Manfred Görlach*, Amsterdam and Philadelphia: Benjamins, 1997, pp. 47-58.

„Reprezentanții autorității britanice insistau asupra propriei superiorități și asupra menținerii unei distanțe sociale chiar și față de elitele populației indigene (...)”[123]. O parte a acestei atitudini a avut urmări practice, prin înființarea de școli elitiste, care ofereau acces privilegiat la cultura vestică și la limba engleză.

Foarte mulți autori au subliniat caracterul practic al dobândirii competenței lingvistice în cadrul diferitelor culturi. Atractivitatea limbii engleze consta, cum afirma tranșant și David Crystal[124], în faptul că globalizarea se producea în limba engleză, limbă a relațiilor economice și politice internaționale, a media, a turismului și a călătoriilor. Aceste forme de perpetuare a limbii engleze au impus-o ca *lingua franca* de comunicare inter-culturală. Din această caracteristică rezidă și impunerea ei în educație, ca primă alegere în cazul studiului unei limbi străine. Pentru prima dată, Crystal arăta rolul jucat de Internet, ca unul dintre cele mai mari canale de comunicare a globalizării.

Globalizarea limbii engleze este caracterizată în primul rând de raporturile dintre funcțiile sale internaționale și funcțiile sale locale (am arătat că, în unele țări, limba engleză nu se manifestă doar în contexte oficiale, în medii urbane sau în păturile sociale tinere, ci și în mediile rurale sau chiar în cele mai izolate regiuni montane – cum e cazul Pakistanului, dintre forța sa centrifugă și forța sa centripetă[125]).

Aceste forțe pot fi corelate cu o serie de contexte, de la cele formale la cele informale și de la scris la vorbire, ca modalități de exprimare. S-a constatat că formele scrise tind să fie neutre și internaționale, în timp ce vorbirea ia forme și orientări locale. Acești doi poli nu formează o dihotomie, ci o diferențiere graduală în care se manifestă forme intermediare, asociate cu noua media tehnologică[126].

Toate aceste forme și manifestări ale englezei globale oferă ample perspective pentru sociolingvistică. Problemele discutate mai sus sunt, prin definiție, de natură sociolingvistică pentru că se urmărește, în mare, funcționarea diferitelor forme lingvistice în comunitățile de vorbitori. Cu toate acestea, o mică parte dintre probleme sunt abordate din perspectivă macro-sociolingvistică, în timp ce numeroase subiecte ce trebuie abordate micro-sociolingvistic au rămas netratate. Atenția cercetătorilor a vizat documentarea și categorisirea diferitelor fenomenelor (lingvistice) existente dintr-un unghi larg al descrierilor tipologice, decât din cel al condițiilor sociale de folosire a acestora sau de măsurare a frecvenței ocurențelor”.

În studiul „englezelor globale” s-au impus câteva modele de clasificare a fenomenelor lingvistice. Cea mai convențională dintre tipologii[127] este cea de clasificare a țărilor în funcție de rolul jucat de limba engleză ca:

---

[123] *Ibidem*, p. 341.
[124] David Crystal, *English as a Global Language*, ediția a II-a, Cambridge, Cambridge University Press, 2003, pp. 25-27.
[125] *Ibidem*, p. 137.
[126] David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004, p. 19.
[127] *Ibidem*, p. 345.

- limbă nativă (USA, Australia – unde limba engleză este limba maternă a majorității populației și limba națională, alături de limbile minorităților);

- a doua limbă (în țări care au făcut parte la un moment dat din Imperiul Britanic – India, Camerun, Kenya) și în care limba engleză îndeplinește diferite funcții intra-naționale ca limbă oficială sau semi-oficială, adică de primă limbă în relațiile cu administrația, în mediul de afaceri, în jurisdicție, media și educație;

- limbă străină, în țări precum Japonia și Suedia, acolo unde engleza este pur și simplu o limbă străină utilizată în funcțiile sale internaționale[128], dar care a cărei prezență în viața locuitorilor s-a făcut simțită din ce în ce mai mult, prin împrumuturile lexicale, disciplină importantă de studiu în sistemul educațional etc.

Modelul lui Braj Kachru[129] este foarte asemănător. Rolurilor de mai sus le revine conceptul de cerc și vom regăsi, Cercul Central, Cercul Exterior, respectiv Cercul Extins.

Acestor modele tripartite li s-a reproșat o anumită superficialitate, pentru că lasă în afară variația internă a limbii engleze din foarte multe state și că nu este loc acordat minorităților – cum ar fi excluderea minorității māori din Noua Zeelandă, țară din Cercul Central. De aceea, în multe medii lingvistice s-a impus un modelul radical diferit, cel al lui Edgar Schneider[130], care sugerează că evoluția limbii engleze în contextele coloniale și postcoloniale reflectă interacțiunea sociolingvistică dintre cei doi principali participanți: coloniștii imigranți și populația indigenă de odinioară. În timp, îndepărtarea coloniștilor de țara maternă a condus la un proces de construire a noilor națiuni, timp în care au apărut și s-au dezvoltat o serie de varietăți lingvistice naționale și de noi dialecte ale limbii engleze. Acest proces s-a produs în cinci faze, care s-au petrecut la nivelurile politic, istoric, cel de construire a identității și cel de stabilire a relațiilor sociolingvistice[131]:

- temelia / întemeierea;
- stabilizarea exo-normativă;
- nativizarea;
- stabilizarea endo-normativă;
- diferențierea.

Globalizarea limbii engleze a deschis un potențial uriaș pentru sociolingvistică, ridicând probleme referitoare la modul și direcțiile de cercetare. Cea mai convențională perspectivă o constituie abordarea micro-sociolingvistică[132], în care se urmărește rolul politic și statutul limbii engleze în oricare țară

[128] *Ibidem*, p. 345.

[129] Braj B. Kachru (ed.), *The Other Tongue: English across Cultures*, Urbana and Chicago, University of Illinois Press, ediția a II-a, 1992, pp. 20-30.

[130] Edgar Schneider, *The dynamics of New Englishes: from identity construction to dialect birth*, *Language,* 2003, pp. 79-81.

[131] Edgar W. Schneider, *op. cit.*, p. 345.

[132] *Ibidem*, p. 346.

multilingvă în care procesul post-colonialist de constituire a națiunii a presupus și o politică lingvistică și, de asemenea, o planificare lingvistică. Nigeria este un exemplu edificator de țară în care limba engleză a fost adoptată ca limbă oficială, iar în Camerun situația este asemănătoare, cu mențiunea că limba engleză se află în concurență cu limba franceză. Alte țări cu statut multilingv asemănător cu cel al limbii engleze mai sunt India (în care politica de promovare a utilizării a trei limbi oficiale a avut drept rezultat favorizarea limbii engleze), Singapore (care tot în anii ’60 impunea o politică de stat în privința bilingvismului – limba engleză și o altă limbă maternă etnică) etc.

În absența rezultatelor muncii de teren și pentru că s-a considerat că analiza comparativă este extrem de importantă, a fost alcătuit proiectul ICE (*International Corpus of English*)[133], care constă în alcătuirea unui corpus important din milioane de cuvinte din douăzeci de țări diferite, realizat în urma unor proiecte de cercetare individuale paralele. S-a impus, astfel, o perspectivă a analizei sociolingvistice cantitative.

Fenomenul de globalizare și de occidentalizare a lumii s-a produs în limba engleză, însă influențele dintre engleză și limbile comunităților locale se produc în ambele direcții, deși influențele dinspre vest spre est sunt mai pronunțate. Globalizarea culturală nu a însemnat numai importul unor practici și valori dinspre vest spre est, ci și importul unor valori din orient. Fenomenul Bollywood este un exemplu. Valori literare, precum scriitorul indian Salman Rushdie, un alt exemplu. Exemplele pot continua cu subiecte sau personaje de filme pentru televiziune sau marele ecran, cu companii puternice din China, Taiwan sau Japonia. Deși se consideră că varianta lingvistică dominantă este engleza americană, pentru „omul de afaceri cu aspirații internaționale”[134], lucrând și studiind limba în domeniile non-standard, acolo unde se regăsesc mulți tineri și contexte cotidiene diferite, cum este și comunicarea mediată de calculator, fenomenele lingvistice diferite nu par să îndreptățească viteza de expansiune a englezei americane, care, în anumite contexte, nu are nici măcar o prezență vagă, fiind înlocuită de alte variante ale limbii engleze.

III.10. Universaliile politeții și politețea în CMC

Interesul crescut pentru studiul politeții în comunicare, în care sunt implicați lingviști, psihologi și sociologi, provine din rolul politeții de garant al ordinii sociale și de „precondiție pentru cooperarea umană”[135]. Reflecția politeții la nivel lingvistic, prin regăsirea unor anumite modele sau șabloane, indiferent de

133 International Corpus of English, www.ucl.ac.uk/english-usage/ice
134 Edgar W. Schneider, *op. cit.*, p. 351.
135 John J. Gumperz, *Foreword*, în Penelope Brown, Stephen C. Levinson, *Politeness. Some universals in language use*, Cambridge University Press, 2004, p. xiii.

limbă și cultură, așa-numitele universalii lingvistice, poate demonstra, iar nu numai pretinde, natura socială a limbajului uman[136].

Caracterul sociolingvistic și pragmatic al lucrării celor doi autori este dat din modul de strângere a informațiilor lingvistice și de modul de generalizare a problemelor de limbă, bazate pe analiza limbii în urma interacțiunilor umane, fie ca ritualuri de conversație, ca obiceiuri pentru deprinderea uneia sau mai multor limbi, fie ca efecte de impunere a unor noțiuni, precum *puterea* sau *controlul* manifestat în cadrul grupurilor sau în relațiile dintre grupuri.

Maniera de familiarizare cu fenomenul politeții este cea în care problema fiecărui grup social este de a-și controla agresiunea internă în concordanță cu păstrarea unei doze de agresiune în ceea ce privește competiția externă cu celelalte grupuri[137].

Studiul limbii și al interacțiunii sociale au poziționat politețea în centrul preocupărilor dintre cele mai diverse, de la lingvistică aplicată și pragmatică, până la psihologie socială și antropologie.

Relația dintre vorbitor și destinatar și potențialul caracter ofensator al conținutului mesajului sunt câțiva „determinanți sociali"[138] care impun trei strategii ale politeții: politețea pozitivă (expresie a solidarității), politețea negativă (expresia auto-controlului) și politețea *off-record* (evitarea forțării neechivoce). În funcție de disciplina care se preocupă de politețe, se produce mutarea accentului de pe identitatea vorbitorului pe interacțiunea verbală ca expresie a relațiilor sociale (în sociolingvistică), pe funcțiile sociale ale limbajului, cum sunt *implicaturile* – ca diferențe între ceea ce este spus și ceea ce este implicat (în pragmatica lingvistică).

Unul dintre cele mai interesante concepte retrasate de Penelope Brown și Stephen Levinson este noțiunea de *față*, provenit din teoretizarea lui Goffman și din termenul popular din limba engleză, cu cele două tipuri de dorințe atribuite celor care interacționează: *față pozitivă* (dorința de a fi aprobat) și *față negativă* (dorința de a nu fi împiedicat în acțiunile proprii)[139]. Termenul subliniază implicare emoțională[140], *fața* fiind valoarea ce poate fi menținută, se poate pierde sau poate fi îmbunătățită. În aceste privințe, termenul poate fi tradus cu imaginea de sine, însă este vorba de o imagine publică, pe care oricine dorește să și-o păstreze și, prin urmare, să coopereze cu ceilalți pentru acest lucru. Așadar, interesul general este de menținere a imaginii publice a tutuor. Noțiunea depășește granițele culturale și, deși conținutul imaginii publice diferă de la o cultură la alta, cooperarea pentru întreținerea imaginii publice este universală. Caracterul social al imaginii de sine

136 *Ibidem*.
137 Penelope Brown, Stephen C. Levinson, *op. cit.*, p. 1.
138 *Ibidem*, p. 2.
139 *Ibidem*, p. 13.
140 *Ibidem*, p. 61.

este evidențiat prin faptul că personalitatea are nevoie de cei cu care interacționează, în mod special, pentru înțelegere și aprobare (față pozitivă).

Există o serie de acte care afectează imaginea de sine și, în funcție de această imagine, ele pot fi împărțite în acte care afectează fața negativă și acte care afectează fața pozitivă (*FTA - Face Threatening Acts*[141]). Actele care pot afecta fața negativă pot fi: cererile, sugestiile sau sfaturile despre o acțiune următoare (cea despre care fața negativă dorește să nu întâmpine opreliști), precum și amenințările, provocările sau avertizările[142]. În rândul actelor care afectează fața pozitivă (înregistrată atunci când persoana dorește ca actele sale să fie întâmpinate cu simpatie) se pot regăsi dezaprobarea, criticile, ironia, acuzele, insultele, contradicțiile sau neînțelegerile[143].

Metodologic, aceste acte au fost împărțite în patru categorii.

a) acte care afectează fața celui care le produce, cum ar fi consumul de resurse proprii atunci când se întreprinde ceva pentru o altă persoană;

b) acte care amenință fața pozitivă a celui care le produce, cum ar fi o persoană care se scuză („cine se scuză se acuză”) și care îi schimbă interlocutorului părerea despre ea;

c) acte care amenință fața negativă a celuilalt, cum ar fi cazul în care persoana este întreruptă în timp ce vorbește;

d) acte care amenință fața pozitivă a celuilalt, cum ar fi jignirile și insultele adresate cuiva.

Între conceptul de *față*, tipurile acesteia și strategiile politeții se pot trasa câteva relații de corespondență. Politețea pozitivă se adresează feței pozitive, iar cea negativă, feței negative.

Brown și Levinson trasează liniile de ansamblu ale politeții ca fenomen global transcultural. În definirea acestor linii generale, cei doi au pornit de la premisa că, în cadrul interacțiunii sociale, individul este rațional și are o imagine publică (de sine) (*face*). De la acest caracter global și sistematic, se poate coborî în fiecare societate, în fiecare cultură și, eventual, subcultură, pentru a studia specificul relațiilor interumane, rolul și formele de manifestare ale politeții, în cadrul acestor relații.

Normele și politețea asiatică din viața reală sunt transportate, în proporție mare, în cadrul dezbaterilor din *cyberspațiu*, unde, utilizatorii prezintă un atașament riguros unul față de celălalt, mai mult decât în țările vestice[144]. Studiile

---

141 Goffman, Erving, *Interaction Ritual. Essays in Face-to-Face Behaviour*, Garden City, New York, Doubleday et. Co, 1967, p. 5.

142 Penelope Brown, Stephen C. Levinson, *op. cit.*, p. 66.

143 Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Limbaj și comunicare. Elemente de pragmatică lingvistică*, Editura All Educational, 2003, p. 74.

144 Krisadawan Hongladarom, Soraj Hongladarom, *Politeness in Thai computer-mediated communication*, în T. Robin Lakoff, Sachiko Ide (eds), *Broadening the Horizon of*

au arătat că politețea pozitivă[145], care urmărește apropierea interlocutorului, care are un caracter integrator, joacă un rol proeminent în cyberspațiul estic (thailandez), contrar opiniilor generale care consideră că mediul online este propice individualismului și impropriu coeziunii sociale.

Mediul online este considerat, cu precădere, un loc al tensiunilor și al dezbaterilor aprinse („flaming") sau jignitoare. Este suficient să aruncăm o privire asupra comentariilor articolelor din presa online de la noi, pentru a sesiza cât de ușor comentatorii articolelor intră în contradicție și conflict unul cu celălalt, ajungându-se, adesea, la insulte și jigniri. Prezența acestor comentarii defăimătoare este posibilă pentru că majoritatea publicațiilor au acceptat acest „zgomot" în jurul materialelor și nu practică moderarea comentariilor, cu alte cuvinte, orice este scris este păstrat în pagină. În cadrul Facebook, mesajele conflictuale sunt uneori păstrate, de cele mai multe ori șterse de utilizatorii implicați – nu există un moderator din partea rețelei sociale, deși disputele se păstrează, totuși, în termeni decenți (**figura 23**).

Linguistic Politeness, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia, 2005, p. 145.

145 Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația: structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All Educational, 1999, p. 108.


Sindicatul Viitorul Mineritului · 9,443 like this
September 6 at 12:49pm ·
Like
70% dintre români susţin cauza minerilor din Apuseni. Vă mulţumim fiecăruia în parte şi vă rugăm să semnaţi petiţia prin care puteţi spune DA locurilor de muncă şi mineritului modern în România. Avem nevoie de sprijinul vostru!
Sindicatul Viitorul Mineritului | DA pentru Rosia Montana
Mineritul se practica de doua mii de ani pe meleagurile Rosiei Montane. Pastram cu sfintenie aceasta traditie si ne dorim sa o transmitem mai departe generatiilor viitoare.
Page: 9,443 like this
Like · Comment · Share
348
2,954 people like this.
View previous comments
48 of 920
Alin Puscau NUUUUUUU !!!!
about an hour ago · Like · 1
Monica Póka Aveţi 9411 persoane care apreciază pagina. Nu discut cine sunt ei, dar matematica simplă arată că 9411 persoane nu reprezintă 70% din populaţia României, cel puţin după ultimele statistici. Dacă aşa ştiţi să socotiţi, este trist.... pentru noi toţi nu numai pentru voi.
about an hour ago · Like · 3
Florin Valean https://www.youtube.com/watch?v=anmmpAhD3Ig
about an hour ago · Like · 1
Ana-Maria Leonte ...sunte-ti buni sa dati numai cu ciocanul in pietre?... reprofilati-va fratilor daca vreti sa munciti... nu distruge-ti cu totul tara asta!!!...
about an hour ago · Like · 1
Madalina Cristea Inteleg oamenii din zona ca sunt disperati si au nevoie de un loc de munca si pentru asta vor sa si munceasca in mina dar nu se gandesc la viitor....la viitorul copiilor nostrii....De vina sunt numai guvernantii care nu creeaza locuri de munca asa cum i-au pacalit pe multi in campania electorala sa le dea voturile..
about an hour ago · Like
Sandu Muresan Minciuni !
about an hour ago · Like
Palaghia Georgeta da fara cianuri!
about an hour ago · Like



Dezbatere aprinsă (*flaming*) între diferiți utilizatori Facebook, pe marginea proiectului *Roșia Montană*.

Fig. 23. Exemplu de schimb „aprins" de impresii și injurii (*flaming*) în rețeaua Facebook

În comunitatea thailandeză, pe unul dintre cele mai mari forumuri de discuții, utilizatorii militează pentru politețe, dovedind un real activism în a raporta orice abatere și încălcare a regulilor către moderatori. Astfel, politețea este întrețінută în mod conștient.

În decursul vremii, a existat o dificultate constantă în a echivala teoria politeții cu observațiile empirice, de bun simț. Odată cu apariția Internetului și a domeniului comunicării mediate de calculator (CMC), definirea politeții a trebuit supusă unor noi procese de reevaluare, mai ales pentru că majoritatea interacțiunilor au la bază schimburile de text. În acest mediu, bărbații sunt mult mai înclinați către adversitățile posibile din mediu decât femeile, care preferă politețea pozitivă. Indiferent de sex, ambele grupuri, în schimb, sunt egale în menținerea politeții negative[146] (cea care impune bariere de păstrare a distanței și a sobrietății), idee la care aderă mai mulți cercetători care au studiat mediul online din Statele Unite[147]. Krisadawan Hongladarom și Soraj Hongladarom arată că aceste cercetări, realizate de americani, au vizat în exclusivitate mediul online american, lucru explicabil prin existența îndelungată a Internetului doar pentru cetățenii Statelor Unite. Or, pentru definirea politeții pe baza observațiilor din mediul online, care are un caracter global și include sau ar trebui să includă toate țările lumii, trebuie luate în considerare comunități din diferite zone ale globului.

Legătura între politețe și normele sociale sau de etichetă se realizează, în Internet, prin „netichetă” (*netiquette*).

Ca orice domeniu al vieţii cotidiene, şi mediul virtual are o cultură proprie ale cărui reguli trebuie cunoscute înainte, pentru a nu comite imprudenţe. Termenul de *etichetă* presupune reguli ale unui comportament adecvat, fie acestea nescrise sau impuse de autorităţile acreditate, pentru a menţine o funcţionare optimă a spaţiului virtual. „Net-etiquette” este un cod de reguli predefinit, ce stabileşte ceea ce înseamnă un comportament adecvat pe Internet. Sunt reglementate comportamentele utilizatorilor de Internet ce folosesc e-mail-ul, grupurile de discuție, mesageria instant sau alte servicii electronice.

Termenul a fost folosit începând cu anul 1988, aşa cum a apărut în primele articole ale rubricii satirice Dear Emily Postnews[148], unul dintre site-urile renumite pentru articolele ce promovează buna purtare în rândul utilizatorilor de Internet.

---

[146] *Ibidem*, p. 109.

[147] Susan Herring, *Posting in a different voice: Gender and ethics in computermediated communication*, în Charles Ess (ed.), *Philosophical Perspectives on Computer-mediated Communication*, Albany, State University of New York Press, 1996, pp. 132-137, *apud* Krisadawan Hongladarom, Soraj Hongladarom, *Politeness in Thai computer-mediated communication*, în T. Robin Lakoff, Sachiko Ide (eds), *Broadening the Horizon of Linguistic Politeness*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam / Philadelphia, 2005, p. 145.

[148] Princeton University, http://www.princeton.edu/~achaney/tmve/wiki100k/docs/Netiquette.html

Sunt întocmite zece reguli de bază ce împreună reprezintă eticheta spaţiului virtual. Acestea fac referire, în primul rând, la conştientizarea spaţiului virtual ca pe o transpunere a vieţii reale, ceea ce presupune ca utilizatorii să îşi modeleze comportamentul ca şi când ar acţiona în viaţa reală şi să nu uite că cei cu care interacţionează, chiar dacă virtual, sunt în continuare fiinţe umane. În al doilea rând, se pune accentul pe respectul ce trebuie acordat atât celor cu care interacţionăm (timp, spaţiu virtual şi cunoştinţe), cât şi pe respectul faţă de sine, a modului în care acţionăm şi mai ales cum reuşim să evităm conflictele. În ultimul rând, se urmăreşte încheierea unui acord pentru sfera privată a fiecăruia şi capacitatea de a nu abuza de propria putere, ceea ce presupune şi toleranţă faţă de cei cu care se interacţionează, dar şi asumarea propriilor acţiuni.

„Neticheta” este cartea de vizită a fiecărui cetățean al Internetului (*netizen*). Aici nu mai contează bunele maniere în formula clasică, aici există un sistem virtual de maniere.

„Neticheta” defineşte un set de reguli ce stabilesc tipuri de politeţe adoptată online. Când o persoană ia contact cu o nouă cultură – şi putem considera că spaţiul virtual este o cultură – riscul de a comite greşeli sau de a ofensa este destul de mare, nu neapărat în mod voit, ci prin neadaptarea la noul mediu (**figura 24**).

Mesaj în masă, alertă sonoră, majuscule - andreeaa07 (23:19:11): <buzz>
Avem Nevoie De Votul Tau Pentru Desfiintarea Taxei Auto De Imatriculare Intra Si Tu Te Rog Si Voteaza pe http://www.taxauto.go.ro Da Mai Departe

Mesaj în masă, confundarea interlocutorului - chostel_21r (22:03:03): Chiar nu-mi place sa dau mass...dar fac lucru asta. Pentru cei ce scrieti pe rupte si nu mai puteti de durea spatelui a mainilor a ochilor etc ... va doresc sa terminati odata cu facultatea si cu hartia ei albastra!!!

Mesaj în masă, majuscule - iulia_v1 (15:42:53): AVEM NEVOIE DE 100.000 DE VOTURI PENTRU A PUNE IN APLICARE POLITIA ANIMALELOR ! VOTEAZA INFIINTAREA POLITIEI ANIMALELOR ! FA-TI MILA DE ELE ! HTTP://WWW.POLITIEANIMALE.UV.RO

Fig. 24. Exemple de încălcare a „netichetei” pe Yahoo Messenger. Acest tip de schimburi de mesaje (mesagerie instant) poate fi utilizat și în rețeaua Facebook, prin intermediul serviciului „Messages”

Reproducem, în continuare, regulile sumare de pe forumul publicației Hotnews.ro[149]:

[149] http://forum.hotnews.ro/index.php?act=boardrules – am păstrat întocmai și sistemul de scriere fără diacritice.

„1. Fara reclama

Sunt interzise mesajele publicitare de orice fel, trimise pe forum sau direct membrilor comunitatii prin intermediul mesageriei personale.

2. Fara clone

Va rugam sa nu scrieti pe forum folosind mai multe conturi de utilizator. Toate conturile "clona" vor fi inchise de moderatori.

3. Utilizati functia de cautare

Pentru a nu avea mai multe discutii in jurul aceluiasi subiect va rugam sa folositi functia "Cautare" inainte de a deschide o noua discutie. Moderatorii vor grupa toate discutiile similare intr-un singur fir.

4. Un text, o postare

Va rugam sa nu postati acelasi text in subforumuri diferite sau in discutii diferite. Orice mesaj publicat cu copy/paste in discutii multiple va fi sters de moderatori.

5. Precizati sursele, folositi linkuri pentru citatele lungi

Daca folositi o informatie preluata de undeva, va rugam sa precizati sursa. Daca doriti sa redati exact un citat acesta nu trebuie sa depaseasca 500 de caractere. Pentru citate mai lungi va rugam sa folositi doar un link catre adresa respectiva. Orice link care nu are legatura cu discutia va fi sters de moderatori.

6. Majuscule

Nu scrieti cu majuscule! Daca doriti sa accentuati un anumit mesaj incercati sa o faceti prin idei si argumentare nu prin A STRIGA LA CEILALTI MEMBRI AI FORUMULUI!

7. Grafia mesajelor si stilizarea

Va rugam sa nu folositi limbajul de tip chat: sh, tz, k, etc. De asemenea, va rugam sa nu abuzati de folosirea emoticoanelor si nici de elementele de stilizare a mesajelor: bold, italic, culori etc. Mesajele care nu se conformeaza acestor reguli vor fi sterse de moderatori.

8. Limbajul folosit

Va rugam sa nu folositi injurii, remarci obscene, rasiste, homofobe sau amenintatoare. Va rugam sa nu fiti agresivi sau violenti fata de ceilalti membrii ai forumului.

9. Participati la discutii, nu la conflicte

Va rugam sa aratati mereu respect celorlalti membri ai comunitatii. Nu lansati atacuri la persoana, respectati-le celorlalti dreptul la propriile opinii si credinte, chiar si atunci cind sunt diferite de ale dumneavoastra. Comentati ideile nu persoanele care le emit si rezistati tentatiei de a-i ataca pe autorii mesajelor cu care nu sunteti de acord.

10. Utilizatorii care folosesc identitati multiple sau imprumuta nickname-ul altui membru, vor fi interzisi pe Forum.

11. Probleme cu un alt membru

Daca aveti probleme cu un alt membru al forumului, va rugam sa incercati mai intai se le rezolvati prin intermediul mesajelor personale. Daca incercarea esueaza, trimiteti-i unui moderator reclamatia dumneavoastra.

Puteti raporta moderatorilor si mesajele/discutiile care vi se par ofensatoare sau deplasate. Pentru aceasta trebuie sa dati click pe butonul "ATENTIONEAZA" din baza mesajului. Completati formularul si un moderator va analiza reclamatia.

12. Probleme cu moderarea

Daca aveti probleme cu moderatorul, rezolvati problema folosind mesaje private.

Principii fundamentale ale *netiquette* în mesageria instantă[150]

Nu deranjaţi o persoană care are ca status "ocupat" (busy)

Dacă persoana cu care vreţi să vorbiţi este o persoană pe care o cunoaşteți din vedere sau comunicaţi cu ea din interes de serviciu este recomandat să nu insistaţi să vorbiţi cu ea. Dacă persoana este cineva apropiat care se află la serviciu este posibil ca statusul să vă avertizeze că se află alături de un alt coleg lucrînd la calculator, iar mesajele dumneavoastră nu ar face decît să o deranjeze din ceea ce lucrează în acel moment.

Nu folosiţi alerte (buzz), în exces

Dacă persoana cu care vorbiţi nu mai răspunde la cîteva dintre mesajele dumneavoastră nu insistaţi cu alertele vizuale sau auditive mai mult de o avertizare. Este posibil ca persoana să fi plecat, în mod inopinat, de lîngă calculator sau să fie reţinută de un coleg. Alertele auditive nufac decît să îi deranjeze pe ceilalţi colegi ai ei dacă boxele sunt în funcţiune.

Nu folosiţi iconuri expresive în exces

Nu folosiţi iconuri expresive (emoticoane) în fiecare propoziţie pe care o tastaţi. Nu uitaţi că ele vă ajută să subliniaţi o idee, o stare de moment şi nu trebuie să sfîrşiţi prin a folosi obsesiv toate iconurile posibile doar ca să dovediţi că ştiţi să utilizaţi mesageria instantă. De asemenea, alegeţi-vă cu atenţie iconurile potrivite în funcţie de persoana cu care comunicaţi. Unele iconuri, deşi sunt destul de explicative, pot produce confuzie, dacă nu le alegeţi cu atenţie.

Un cuvînt scris nu are întotdeauna acelaşi sens cu un cuvînt vorbit

Nu uitaţi regula de bază: mesageria instantă nu este un mod de comunicare instantă a tonalităţii vocii dumneavoastră. De exemplu, tastarea cuvîntului bine poate avea mai multe înţelesuri, în funcţie de tonul vocii pe care îl rostiţi: sarcastic, de confirmare, de nepăsare. Dacă vreţi să confirmaţi un lucru sau să daţi de înţeles că aţi priceput cuvintele celuilalt este recomandat să folosiţi cuvîntul ok mai degrabă decît bine.

[150] Un ghid practic se găsește la http://www.tafinn.com/andyfinn-us/Writing/ Technology/ netiquette-im.htm

Nu porniţi certuri pe messenger

Dacă sunteţi în mijlocul unei conversaţii care vă poate face să mărturisiţi celeilate persoane lucruri pe care altfel nu vă simtiţi confortabil să i le reproşaţi este recomandat să nu le comunicaţi prin messenger. Nu numai că o ceartă vă va distrage atenţia de la ceea ce lucraţi, dacă sunteţi la serviciu, dar cuvintele dumneavoastră ar putea fi înţelese total greşit decît aţi intenţionat să fie. Mai mult de atît, veţi avea tendinţa să tastaţi mai repede şi mai zgomotos şi aţi putea deranja celelalte persoane din jurul dumneavostră.

Comunicarea instantă nu este întotdeauna sigură

Dacă vă aflaţi la serviciu şi comunicaţi cu un prieten prin mesageria instantă nu uitaţi că ceea ce spuneţi prin intermediul aplicaţiei poate fi uşor interceptat de una dintre persoanele care administrează reţeaua companiei dumneavoastră. Probabil credeti că vă puteţi vărsa năduful pe şeful dumneavoastră mai uşor şi mai simplu confesindu-vă altor prieteni prin messenger, spunînd lucruri pe care le veţi regreta mai tîrziu însă atunci s-ar putea să fie prea tîrziu.

Nu întrerupeţi

Cele mai multe dintre aplicaţiile de mesagerie instantă moderne vă avertizează cînd partenerul de conversaţie tastează un mesaj. Nu încercaţi să înterupeţi şirul cuvintelor lui tastînd mai multe mesaje între timp, pentru că, astfel, veţi părea că nu vă interesează ce are de spus sau veţi pierde înţelesul frazelor după cîteva rînduri distanţă. În plus, ca şi în comunicarea orală, este la fel nepoliticos să înterupeţi persoana care are cuvîntul.

Nu folosiţi acronime în exces

Mesageria instantă nu este un mediu al comunicării perfecte şi, avînd în vedere faptul că este o comunicare în timp real, oamenii au tendinţa să folosească abrevieri pentru a cîştiga timp. Chiar dacă acest lucru este nepoliticos iar uneori chiar produce confuzii este bine să vă familiarizati cu cîteva acronime uzuale pe care le puteţi folosi cu moderaţie şi în cazuri oportune: BRB (rom. VIN IMEDIAT, en. BE RIGHT BACK), IMHO (rom. ÎN OPINIA MEA RESPECTUOASĂ, en. IN MY HUMBLE OPINION), LOL (rom. RÎZÎND ZGOMOTOS, en. LAUGHING OUT LOUD), BTW (rom. APROPO, en. BY THE WAY), NP (rom. CU PLĂCERE, en. NO PROBLEM), etc.

Nu trimiteţi mesaje în masă

Chiar dacă aţi găsit un site care v-a plăcut sau pur şi simplu vreţi să anunţaţi că aveţi un produs de vînzare nu este recomandat să trimiteţi acest mesaj tuturor oamenilor din lista messenger-ului doar pentru că aceasta este la îndemînă. La fel ca şi mesajele de email nesolicitate această practică se numeşte spim (spam on instant messenger) sau mass message şi este considerată o formă de agresiune pe internet. Chiar dacă primiţi un link către un site şi vi se cere să îl daţi mai departe amicilor din listă, ignoraţi astfel de mesaje şi nu le propagaţi. Linkurile pe care le primiţi prin mesageria instantă de la necunoscuţi pot fi la fel de periculoase

ca şi un mesaj de email infectat cu viruşi iar trimiterea lor mai departe va face mai multe victime în rîndul celor care nu sînt avizaţi.

Folosiţi status-uri

De fiecare dată cînd plecaţi de lînga calculatorul dumneavoastră mai mult timp este recomandat sa vă setaţi un status corespunzător asemenea anunţurilor pe care le faceţi în realitate prietenilor dumneavoastră, cînd plecaţi din oraş sau în concediu. Este de bun-simţ să vă atenţionaţi prietenii din listă ca aţi ieşit în pauza de masă sau aţi plecat în alt birou decît să îi lăsaţi să vă trimită mesaje fără să răspundeţi. Afișînd un status de genul ("Plecat din birou, contactaţi-mă pe telefonul mobil") veţi putea fi uşor contactat pentru mesaje urgente.

Nu tastaţi mesaje cu litere *caps*

La fel ca și în celelalte mijloace de comunicare online, literele majuscule exprimă o stare de nervozitate şi dau impresia că se strigă la interlocutor. Acest lucru poate deveni stînjenitor dacă nu folosiţi cu atenţie tastatura".

Serviciile Web complexe de astăzi, cu precădere rețeaua socială Facebook, au eliminat, în cadrul alocat schimburilor de mesaje, o parte dintre aceste exemple de impolitețe și scindări ale comunicării, prin impunerea condiției identității reale. Acum este mult mai greu să confunzi interlocutorul, însă se practică, în continuare, trimiterea de mesaje în masă (ca parte integrantă de promovare a paginilor unui anumit produs, și nu numai) sau scrierea greșită cu majuscule, o caracteristică generală pentru întregul mediu online.

Regulile de netichetă din cadrul celei mai mari platforme online din Thailanda conțin câteva principii extrem de interesante (nu este acceptată nicio referire critică la adresa familiei regale sau a regelui și, de asemenea, nu sunt acceptate atacurile la adresa niciunei religii și nici la învățăturile oricărei religii) și, dacă „regulile de netichetă ale unui grup online reliefează cultura și valorile acelui grup"[151], caracterul aparte al mediului online thailandez nu este departe de valorile din viața reală, acolo unde față de rege, există un real respect.

Menținerea unui limbaj adecvat este o altă regulă păstrata cu strictețe de către membrii comunitarii pantip.com. Astfel, reguli referitoare la subiectul discuțiilor, deci la conținut, arată că politețea nu se întemeiază numai pe criterii (restricții) lingvistice.

Politețea este o noțiune scrisă în ADN-ul cultural și literatura de specialitate arată acest lucru, iar pentru a examina manifestările *de facto* ale politeții în diferite limbi și culturi este suficientă o analiză a comportamentului social al vorbitorilor limbilor respectivelor culturi.

---

151 Susan Herring, *op. cit.*, p. 149.

IV. Influențele mediului online asupra limbii

Concepte-cheie: ● Relaţia Internet-societate-limbă ● Spațiul vizual și spațiul acustic în Internet ● Societatea bazată pe cunoaștere – *digital divide* ● Textul digital ● Internetul în România ● Rețele sociale și comunități online ● Anatomia Facebook ● Facebook și accesibilitatea lingvistică ● Comunități intenționate și neintenționate ● Tipologia utilizatorilor care distribuie informații

IV.1. Cadrul tehnic, structura de servicii şi caracteristicile sociale ale Internetului. Media online şi spațiul Web – spațiu al fluxurilor informaționale

În toate câmpurile sale constitutive, Internetul este acum, mai mult decât în etapele de început, un loc al interacţiunilor interpersonale şi intergrupuri, o serie de tehnologii ce au „creat o mulţime de noi activităţi sociale şi le-au metamorfozat decisiv pe cele vechi”[1]. Începând de la influenţele individuale şi până la cele de grup, Internetul domină astăzi mijloacele de comunicare în masă şi produce modificări la toate nivelurile sociale, indiferent dacă vorbim despre „discursul comunicativ, tipuri de relaţii, modele de trăiri, modele de acţiune, obiceiuri, stil de viaţă şi comportament, forme ale capitalului, imagine, sentimente, rutine”[2]. În acelaşi timp, Internetul a produs, la nivel global, în teorie şi practică, o fuziune între toate naţiunile lumii, în timp ce comunicarea a luat atât forme integratoare, globale, cât şi locale. Se consideră că acest mediu este atât de bine integrat în toate palierele vieţii, încît omul nu mai „navighează” în Internet, omul este Internet. Internetul are nu numai rolul de a informa, ci reprezintă zona în care tehnologia întâlnește cultura şi identităţile indivizilor. Astăzi, pentru a evita falimentul funcţional, aproape orice instituție să aibă o reprezentare în noul mediu, adaptând conținutul şi structura organizatorică pentru această platformă. Internetul devine principala sursă de informare pentru tineri şi adulţi în secolul al XXI-lea, manifestându-se global drept cea mai importantă formă mass-media, un canal în care converg toate formele media tradiţionale, precum presa, radioul sau

[1] Liviu Antonesei, *Polis şi Paidea. Şapte studii despre educaţie, cultură şi politici educative*, Iaşi, Polirom, 2005, p. 8.

[2] Izabela Adam, *Comunicarea în Cyberspace*, Editura Demiurg, Iaşi, 2009, p. 7.

televiziunea şi în care apar noi forme de comunicare şi de interacţiune, care depăşesc tot ce a existat în secolul XX.

Internetul a ridiculizat prezicerile lui Paul Saffo, director al Institutului pentru Viitor (*Institute for the Future*) – cel mai important institut de futurologie din Statele Unite, care a propus regula celor treizeci de ani, timp în care, în cadrul a trei etape, o tehnologie nouă pătrunde complet într-o cultură[3]. Spre deosebire de mediile tradiţionale, calculatoarele personale şi jocurile video, a căror perioadă de adoptare a respectat regula celor treizeci de ani, Internetul a depăşit orice aşteptare şi a pătruns în norma socială într-un timp relativ scurt. Ne este foarte greu să ne închipuim astăzi o societate fără infrastructură Internet.

Principalele implicaţii ale utilizării Internetului sunt de natură socio-culturală. Se impune o redefinire a noţiunii de comunitate. Dacă, în trecut, poziţia geografică era criteriul principal pe baza căruia se încheiau prieteniile, cyberspaţiul a condus la apariţia comunităţilor virtuale interesate să contracteze relaţii în funcţie de noi interese şi nevoi.

IV.1.1. *Internetul ca mediu al comunicării de masă*

Deşi cu un statut complex de analizat, Internetul a detronat celelalte forme de comunicare în masă, un fenomen care se remarcă şi în societatea românească, nu numai în ţările cu o economie puternică. Anumite cercetări au evidenţiat că la infrastructura de comunicaţii şi nivelul de instrucţiune nu sunt fruntaşe numai ţări din eşalonul vestic. La fel de important, în adoptarea la scară largă a Internetului este şi climatul democratic. Există numeroase cazuri, astăzi, de ţări în care regimurile autoritare impun restricţii în funcţionarea liberă a Internetului şi care supun mediul online unor acţiuni de cenzură şi alte restricţii, însoţite de pedepse şi persecuţii în rândul utilizatorilor care nu respectă politicile acestor regimuri. Internetul este un factor, poate chiar principalul factor de comunicare mass-media.

Odată cu apariţia sa, Internetul a aruncat o lumină nouă asupra modelelor de comunicare în masă. Principala caracteristică care a determinat regândirea acestor modele o constituie rolul receptorului sau, într-o schemă mai amplă, relaţia dintre emiţător şi receptor. În cadrul comunicării pe Internet s-a făcut trecerea de la receptorul pasiv, la receptorul activ, implicat în comunicare.

Potenţialul noului mediu de a deveni un canal de comunicare în masă a fost semnalat pentru prima dată în 1994, de către un cerc de profesori ai Universităţii din Indiana. Merril Morris şi Christine Ogan, autorii articolului *The Internet as Mass Medium*, atrăgeau atenția comunităţilor ştiinţifice implicate în studiul comunicării de masă să nu mai ignore potenţialul Internetului. Autorii demonstrau cum Internetul poate impune noi direcţii în trasarea modelelor comunicării de masă şi insistau, în special, asupra redefinirii termenilor „mediu" sau „mase": „Atunci când conceptualizăm Internetul ca un mediu al comunicării de masă, devine clar

3 „Paul Saffo and the 30-Year Rule", „Design World", 24 (1992), p. 18.

faptul că nici unul dintre termenii <masă> sau <mediu> nu pot fi definiţi cu precizie pentru toate situaţiile, ci trebuie regândiți continuu în funcţie de fiecare situaţie particulară. Internetul este un mediu multifaţetat care înglobează mai multe modele de comunicare diferite"[4]. O serie de termeni trebuie revizuiţi, pentru fiecare serviciu în parte, fie că este vorba de paginile Web, de e-mail, bloguri, grupuri de discuţie sau diverse manifestări ale platformelor sociale. Modul în care erau tratate conceptele de audienţă, public, receptori şi mesaj trebuia reconsiderat.

Internetul a fost utilizat, la început, pentru schimbul de informaţii între diferiţi specialişti. Evoluţia sa tehnologică ulterioară l-a propulsat la rangul de principal canal de comunicare de masă. Formele tradiţionale de comunicare de masă au în comun particularitatea emiterii instituţionalizate a mesajului. Acesta porneşte de la o anumită sursă, de regulă o anumită instituţie media, către receptori. În Internet, se produce un amestec al comunicării de masă cu elemente din comunicarea interpersonală. Astfel, schema emiţător-mesaj-receptor se reconfigurează, rolul de emiţător îl pot juca mai mulţi indivizi, receptorul poate fi unul singur cum, la fel de bine, poate fi o categorie vastă. În plus, aceste roluri se pot inversa, oricând şi oricum. Se convine asupra unui amestec de patru tipuri fundamentale de comunicare:

- comunicarea asincronă *one-to-one* (*unu-la-unu*, cum este de exemplu e-mail-ul);
- comunicarea asincronă *many-to-many* (*mulţi-la-mulţi*; forumuri, reţelele sociale);
- comunicarea sincronă (mesageria instant, camerele de chat), care poate fi, în acelaşi timp, *one-to-one, one-to-few* (*unu-la-câţiva*)*, one-to-many* (*unu-la-mulţi*);
- comunicarea asincronă, caracterizată de nevoia receptorului de a primi informaţii (site-uri Web), care poate fi: *many-to-one* (*mulţi-la-unu*), *one-to-one*, *one-to-many*.

Prin toţi aceşti factori, oamenii au putut participa la răspândirea informației în Internet și, astfel s-au remarcat în comunitățile din care făceau parte. Sociologii au identificat o nouă categorie socială, cea a *pronetarilor*[5] despre a căror activitate se consideră că a dus la schimbările din mass-media tradiţională. Profesorul Joel de Rosnay[6] numeşte noul tip de media o medie a maselor, formată de aceşti pronetari

4 Merrill Morris, Christine Ogan, *The Internet as a Mass Medium*, Indiana University, „Journal of Communication", 1996.

5 „Pronetar" este un cuvânt format prin combinarea cuvintelor „proletar" şi „Internet" şi desemnează o nouă clasă de utilizatori care sunt capabili să producă şi să emită conţinut digital de valoare, iar apoi să-l vândă după principiile noii economii de piaţă.

6 Joël de Rosnay, Carlo Revelli, *La révolte du pronétariat*, Librairie Arthème Fayard, 2006, p. 12.

care contribuie la circulaţia informaţiei în diferite forme: site-uri, bloguri, reţele sociale.

În România, în toate câmpurile sociale, condiţiile istorice ante şi post revoluţionare au contrastat puternic. Obişnuinţele de consum de media, dacă se poate vorbi despre media înainte de Revoluţie, se axau pe cele câteva ore de emisie ale televiziunii statului comunist, în timp ce doar un număr restrâns de români ascultau Radio Europa Liberă, principalul promotor al civilizaţiei şi al democraţiei occidentale. Televiziunea, întâi de stat, apoi televiziunile particulare de pe piaţa democratică au constituit principalul canal mass-media. Internetul devine extrem de popular abia în ultimii ani (2000 este un an de cumpănă; aproape un sfert din populaţia țării era conectată în 2008), la început fiind considerat o formă de informare şi comunicare exotică, pe care şi-o permiteau doar cei din mediul academic sau cei pasionați. Un studiu din 2009 arăta că doi români din trei aveau acces la Internet, fie de acasă, fie de la locul de muncă. În acelaşi timp, pătrund reţelele sociale, iar numărul utilizatorilor de Facebook din România creşte, 60% dintre utilizatorii de Internet deținând un cont[7]. În cifre, asta înseamnă peste 5 milioane și jumătate de conturi în primele două luni ale anului 2013[8].

IV.1.2. *Evoluţia şi caracteristicile actuale ale World Wide Web*

Web 2.0 denumea o a doua „versiune” a serviciului Web, aşa cum fusese el inventat de Tim Berners-Lee. Atunci când l-a scris întâia oară, Tim O'Reilly[9] urmărea să înglobeze în acest concept modul în care se produsese metamorfoza utilizatorilor pasivi de Internet în membri activi ai comunităţii online, care participă la culegerea şi diseminarea informaţiilor, dar care, mai presus decât orice, creează conţinut nou, prin intermediul canalelor disponibile (media socială, bloguri, forumuri, site-uri de video sharing, site-uri de tip *wiki*, site-uri personale), dedicat celorlalți utilizatori.

Conceptul Web 2.0 funcţionează acum în paralel cu cel al Web-ului mobil. În cadrul evoluţiei digitale s-a marcat debutul erei în care dispozitivele mobile şi tehnologiile portabile au permis oamenilor să fie în permanenţă conectaţi la Internet şi, alt fel spus, de a fi conectaţi între ei, în cadrul comunităţilor online. Dispozitivele mobile, fie că este vorba de telefoane inteligente, fie de tablete, asigură o satisfacere a nevoilor sociale ale cetăţenilor secolului al XXI-lea. „O estimare interesantă spune că există aproximativ 35 de miliarde de dispozitive

---

7 Informații preluate din ghidul „Introducere în Facebook pentru companii” al Agenției de *social media* Spada, http://www.agentiaspada.ro/ghid-introducere-in-facebook-pentru-companii-bn/, accesat la data de 22.09.2012.

8 Statistici preluate din Serviciul de monitorizare a paginilor de Facebook în România, *Facebrands*, http://www.facebrands.ro/demografice.html, accesat la data de 19.02.2013.

9 „What is Web 2.0?”, http://radar.oreilly.com/2005/09/what-is-web-20.html, accesat în 14 martie 2013.

conectate la Internet. În curând vor fi atât de multe, încât nu le vom mai număra" (Eric Schmidt, CEO, Google).

Utilizatori și conținut pe Web-ul social

În studiile din secolul trecut ale lui Marshall McLuhan, se formula adesea ideea că modelele culturale sunt profund influenţate de mediul de comunicare, în timp ce limba se reactualizează în contactele sociale.

Înțelesul fundamental al celui mai cunoscut aforism al lui Marshall McLuhan, „The medium is the message" (Mediul este mesajul) constă în faptul că folosirea mediului de comunicare (a canalului, a tehnologiilor) are un impact mai mare în viața noastră, decât conținutul transmis prin acel canal sau cu ajutorul acelor tehnologii. În mod similar, posibilitatea de a vorbi la telefonul mobil este, în sine, mai revoluționară decât conversația purtată.

Toate aceste interpretări, care defavorizau conținutul, au exclus, în mod întâmplător, importanța conținutului în comunicare, metafora lui McLuhan îndemnând la o interpretare continuă. În acest sens, unii cercetători discută despre un istoric al interpretărilor și a variantelor celebrului aforism[10].

Interpretarea inițială la care se referea McLuhan specula faptul că atenția noastră este concentrată în exclusivitate numai pe conținut (ce am citit în ziarul de ieri, ce am văzut la televizor) și nu mai este acordat niciun efort de înțelegere și nici chiar de percepție mediului de comunicare. Înțelesul principal devine și mai interesant atunci când luăm în considerare noile tehnologii, cu precădere serviciul Web, al cărui prezență permanentă în viața noastră este încă atât de deosebită pentru a fi remarcată cu adevărat. McLuhan afirma că „efectul unui mediu este cu atât mai intens, cu cât conținutul său este, în fond, un alt mediu" („The effect of a medium is made strong and intense just because it is given another medium as content. The content of a movie is a novel...")[11]. Prin urmare, conținutul spațiului Web este media, din moment ce în spațiul Web regăsim atât cuvântul scris, radioul și televiziunea (clipuri, videoclipuri, seriale și filme). Numitorul comun cu cel mai amplu rol îl constituie textul, așa cum textul predomină încă întreaga lume informatică, cel puțin până când comenzile vocale vor fi superioare numeric și calitativ.

Așadar, conținutul Web este predominat de cel scris, apoi, într-o ordine întâmplătoare: imaginea, sunetul și imaginile în mișcare (filmul).

Textul devine, astfel, din mediu conținut, modul în care scriem pe ecran, „în lumină", spre deosebire de întunericul monahal al chiliilor în care se scria până acum câteva sute de ani, și modul în care citim, în cu totul alte condiții față de

---

[10] Paul Levinson, *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millenium*, Routledge, London, 2004, p. 36.

[11] Marshall McLuhan, *Understanding Media*, NewYork, Mentor, *Introduction* de L. Lapham, Cambridge, MA, MIT Press, 1994, p. 32.

hârtia tradițională, nu sunt opuse valorilor literare. Un alt avantaj ar fi acela că, în timp ce, pe vremea hârtiei tradiționale, contractele încheiate între cititor și carte sau scriitor și foaie erau de lungă durată și, de obicei, se realizau într-o singură direcție, experiența online se capătă pe o autostradă cu două sensuri, permițând cititorilor să scrie în cadrul forumurilor sau prin intermediul e-mail-urilor și să facă tot felul de adnotări mult mai ușor.

Noțiunea lui McLuhan că *utilizatorul este conținutul* admite o ierarhie în trei trepte în care[12]:

- indivizii determină conținutul oricărei forme de media prin modul în care interpretează și retransmit informațiile (aceasta ar fi echivalența axiomei kantiene, prin care cunoașterea umană este întotdeauna rezultatul aranjărilor noastre cognitive asupra lumii înconjurătoare);
- destinatarii „călătoresc” pe calea unidirecțională a mediei electronice, devenind conținutul unor media precum televiziunea sau radioul;
- utilizatorii creează, literal, conținutul în Internet, de cele mai multe ori.

Posibilitatea de alegere asupra media în Internet, indiferent dacă este vorba de scriere, căutare, vizualizare, vorbire, leagă două noțiuni ale lui McLuhan: utilizatorul de Internet alege ce mediu anterior, devenit acum conținut, să folosească online.

Dacă ne vom gândi la vorbire – forma primordială de comunicare –, vom putea constata că, în spiritul lui McLuhan, conținutul acesteia sunt ideile și emoțiile. „Dacă vom analiza conținutul acelor media – mai exact, a mediului gândirii, vom întâlni conținutul lumii reale externe (incluzând aici și corpul uman în diferitele sale stadii), obiectele, referenții, adică obiectul comunicării”[13]. Distincția dintre media și conținut ar trebui să fie, de acum, suficient de clară: este mediu tot ce poartă conținut sau orice este conținut, dacă găsim un conținut în acel lucru și, într-adevăr, în istoria comunicării, orice mediu nou a luat drept conținut un mediu vechi[14]. Alfabetul fonetic este o reprezentare vizuală a sunetelor emise prin vorbire. Presa tipărită produce în masă alfabetul pe care îl regăsim în cărți, ziare și reviste, iar telegraful trimite cuvântul scris prin intermediul unui cod electronic, în aceeași manieră în care telefonul și fonograful trimite vorbirea.

O poziție privilegiată este ocupată de fotografie, care, asemenea vorbirii sau scrierii, prezintă în mod direct lumea înconjurătoare, ceea ce face ca sintagma echivalării a ceea ce poate exprima o fotografie, cu ceea ce poate exprima un scriitor prin 1000 de cuvinte, să fie mai ușor de înțeles.

Toate acestea au devenit deja conținut regăsit în Internet, mediul formelor de media.

---

12 Paul Levinson, *op. cit*, p. 40.

13 Marshall McLuhan, *op. cit.*, p. 41.

14 Paul Levinson, *Media evolution and the primacy of speech*, http://eric. ed.gov/?id= ED235510

O altă afirmație care stârnea interes era aceea prin care autorii defineau spațiul vizual ca pe „un efect secundar al caracterului uniform, continuu și fragmentar al alfabetului fonetic, provenit de la fenicieni și dezvoltat de greci”[15], altfel spus, reprezentarea lumii externe pe care o percepem vizual este, de fapt, o consecință a faptului că privirea lumii din ultimii 2500 de ani s-a produs printr-o lentilă tehnologică, cea a alfabetului liniar și conectat[16]. În 1983, Patrick Heelan făcea o afirmație asemănătoare[17], atrăgând atenția asupra percepției noastre euclidiane asupra lumii: cea ce, prin intermediul simțurilor, percepem ca fiind spațiu și timp este, de fapt, rezultatul lumii noastre făurite în clădiri și construcții geometrice (linii și curbe), afirmație care, pusă lângă cea a lui McLuhan, apropie și mai mult ideile de viziunea kantiană asupra percepției lumii, care se produce atât prin simțuri, cât și prin rațiune.

Alături de definiția sa asupra spațiului vizual, McLuhan o mai adaugă, într-o dihotomie caracteristică, pe cea a spațiului acustic, o lumea privită fără ochi literați, pre-alfabetizați, „fără hotare, în care informația nu reiese din poziții fixe ci de oriunde... o lumea mitică, muzicală, o imersiune totală”[18]. Lumii de după alfabet, cea a televiziunii (în mare parte muzicală, mitică) îi lipsește perspectiva sau distanța față de subiecții ei și privitori.

În istoria occidentală, percepția lumii este asemenea unui text: este un gând linear, în care totul are întotdeauna un început, un mijloc și un sfârșit. Această liniaritate este, în viziunea lui McLuhan, un efect secundar al alfabetului fonetic, care comprimă în sistemul celor 26 de caractere toată vorbirea și gândirea umanității. Viziunea asupra lumii este, astfel, dominată de o logică liniară și de o abstractizare simbolică a semnificației.

În acest mod, alfabetul și scrisul propriu-zis împing comunicarea către lumea spațiului vizual. Discursul nostru despre cele ce ne înconjoară este format din idei despre linii, planuri și tipare, care nu reprezintă un anumit adevăr, ci sunt abstracțiuni întemeiate pe uneltele cu care percepem spațiul vizual. Înclinația spre privire, ca mod fundamental de percepție, este explicată de McLuhan prin fiziologia specială a ochiului uman, capabil să distingă linii și perspective în detaliu.

În **figura 25,** cele două spații descrise de McLuhan[19] sunt prezentate în antiteză:

---

15 Marshall McLuhan, B. R. Powers, *The Global Village*, NewYork, Oxford University Press, 1989, p. 35.

16 Paul Levinson, *Digital McLuhan…*, p. 45.

17 P. Heelan, *Space-Perception and the Philosophy of Science*, Berkeley, University of California Press, 1983.

18 Marshall McLuhan, B. R. Powers, *op. cit.*, p. 44.

19 Preluare și adaptare din Anthony Hempell, *The Resonating Interval: Exploring the Process of the Tetrad. The Global Village: Visual and Acoustic Space* (http://www.anthonyhempell.com/papers/tetrad/visual.html).

Spațiul vizual	Spațiul acustic
Prezent în emisfera stânga a creierului. Este liniar, secvențial; se bazează pe linii și planuri, tipare și perspective. Este perceput de către ochi și creează o conceptualizare liniară. Și universul și timpul sunt liniare.	Prezent în emisfera dreaptă a creierului. Se întinde pe cele 360 de grade, este giroscopic. Este perceput de către ureche și este marcat de echilibru. Este o trăsătură a culturii orale, mitice, în care timpul era perceput ca fiind ciclic.

Fig. 25. Spațiul acustic și spațiul vizual

La McLuhan și Powers, modalitatea reprezintă conceptul prin care se manifestă preferința senzorială a unei culturi. În cultura noastră, modalitatea preponderentă este cea vizuală, pentru că vederea domină celelalte simțuri. Cu toate acestea, ultimele decenii au înregistrat o creștere a tehnologiilor video, ceea ce înseamnă o transmutare către modalitatea acustică, pentru că tehnologiile video lucrează cu simboluri, sunete și construiesc metafore și relații între metafore.

În diferitele etape ale zilei, nu trăim într-o singură modalitate (putem sta cu ochii închiși în timp ce ascultăm muzică), așa că modalitatea se poate schimba. Între cele două forme de modalitate, ar trebui să existe un echilibru. Potrivit lui McLuhan, am suprasolicitat și super-stimulat simțul vizual, neglijând simțul acustic în favoarea conceptualizării liniare.

Pe baza acestor concepte, McLuhan a dezvoltat o taxonomie puțin diferită de restul cercetătorilor de media. În funcție de simțurile implicate de o anumită media, mediul înconjurător rezultat va produce fie un spațiu vizual, fie unul acustic. Așadar, la McLuhan, importantă nu e media în sine, ci efectele produse de acestea. Televiziunea este, în opinia lui McLuhan, audio-tactilă pentru că angajează mai multe simțuri în același timp și creează un spațiu acustic. Din moment ce fiecare dintre simțuri interacționează cu celelalte, când un anumit simț este super-stimulat și scara celorlalte simțuri este afectată.

Spațiul vizual este caracterizat de o supremație a ochiului omenesc și de viziunea sa geometrică. Media care se fundamentează pe viziune (în sensul de privire), cum ar fi alfabetul fonetic sau tiparul, alterează modul nostru de percepție a lumii, pentru că amplifică liniaritatea. Tehnologiile care se adresează exclusiv ochiului, excluzând celelalte simțuri, oferă impresia că lucrurile din spațiul vizual sunt conectate în același mod în care, atunci când citim, cuvintele sunt legate între ele prin regulile de gramatică și de logică. Aceste reguli leagă lucruri care, altfel, nu au legătură unele cu altele. Pentru a explica o conexiune între aceste lucruri, fiecare lucru este luat în parte și disecat și analizat separat pentru a înțelege întregul, caz în care obiectivitatea devine o valoare. Această formă predomină tehnologiile industriale ale secolelor trecute, precum scrierea, citirea sau motorul cu aburi.

Caracteristica principală a spațiului acustic este capacitatea sa de a solicita mai multe simțuri în același timp. Disecarea perifericelor nu mai este necesară

pentru că totul este privit ca un întreg, în care fiecare parte coexistă în același timp. Pentru a înțelege spațiul acustic, trebuie să îl percepi în integralitatea sa, iar nu să te concentrezi pe o singură parte. McLuhan consideră că în spațiul acustic au funcționat toate culturile orale, din momentul în care a apărut vorbirea.

Spațiul Web sau cyberspațiul seamănă mai mult cu spațiul acustic („alfabetul online are mai multe în comun cu muzica pe întuneric decât cu presa sau hârtia”[20]). Auzul a fost simțul principal de percepție a spațiului acustic. Spre deosebire de pipăit și gust, simțuri ce solicitau contactul fizic direct cu obiectele percepției, care, prin natura lor primordială, ameobică[21], pot fi periculoase și, spre deosebire de văz, care oferă o anumită siguranță a depărtării de pericol, dar care este supus erorii (pentru că văzul poate scăpa detalii sau alte câmpuri în momentele sale de concentrare a atenției), auzul este considerat drept un numitor comun și în ceea ce privește siguranța și în ceea ce privește imersiunea.

O caracteristică specială a auzului este reprezentată de permanența sa activitate, în orice mediu, indiferent dacă, de exemplu, în fiecare noapte, când e întuneric, văzul este aproape inutil. „Putem închide ochii, dar nu putem închide urechile”[22]. Scrutăm lumea cu ajutorul văzului și al auzului (și, în mai puțină măsură, cu ajutorul mirosului), cu care apoi luăm contact prin atingere și gust. Atât privirea, cât și auzul ne oferă primele informații despre mediul înconjurător, însă nu în același fel: privirea ne oferă informații obținute rapid, în detaliu, în timp ce auzul este cu noi douăzeci și patru de ore pe zi.

Alfabetul a „trăit zile grele”[23] în condiția sa de media izolată. Chiar în raport cu pictogramele, desenele rupestre și hieroglifele, destinate, se consideră, mai multor perechi de ochi, textele solitare erau destinate unei singure perechi de ochi și nu puteau fi transmise fără un intermediar cunoscător și binevoitor în a-l multiplica de mână, literă cu literă. În privința simultaneității – a capacității de a exista în mai multe locuri în același timp, alfabetul a părut un pas înapoi. Odată cu invenția tiparului, s-a materializat posibilitatea multiplicării aceluiași text și existența simultană a textului. Însă, o serie de alți factori influențau accesibilitatea generală a textelor. La o audiență globală, cum a înregistrat televiziunea, care poate emite în aproape fiecare loc de pe planetă, textele tipărite nu au ajuns niciodată. Din momentul în care alfabetul a apărut pe ecranele calculatoarelor, prin intermediul Internetului, iar textul a căpătat o audiență globală, alfabetul a devenit și conținut și conduită al unui spațiu acustic mult mai intim și de distanță decât a fost tiparul.

---

[20] Paul Levinson, *Digital McLuhan…*, p. 46.

[21] D. T. Campbell, *Evolutionary epistemology*, în P. Schilpp (ed.), *The Philosophy of Karl Popper*, La Salle, IL, Open Court, 1974.

[22] Paul Levinson, *Digital McLuhan…*, p. 47.

[23] *Ibidem*, p. 48.

Comunicarea online realizată prin alfabet, care este instantă oriunde în lume în camerele de chat sincrone, disponibile oricând în forumurile asincrone, stabilește o dinamică acustică fundamentală ce lipsește din orice formă de media.

O singură caracteristică importantă rămâne constantă în comunicarea online: informațiile sunt percepute vizual, deși, în ultimii ani, tehnologiile de asistență s-au extins de la a viza numai persoanele cu handicap la persoanele care își pot îndrepta ochii spre alte activități. Asistenții virtuali (Siri, Cortana) și căutarea în Internet prin comenzi vocale („Ok Google" în Google Now) îi ajută astăzi pe sportivii care iau parte la mișcarea fizică, pe șoferii angajați în trafic etc. Levinson[24] își imaginează că, într-un viitor nu foarte îndepărtat, cyberspațiul se va putea elibera de constrângerile alfabetului, fie utilizându-l într-o manieră minimală, fie eliminându-l în totalitate. Locul alfabetului va fi luat de către vorbire (probabil, comenzilor vocale de mai sus li se vor răspunde cu acțiuni în software-uri). Un astfel de sistem va fi mult mai acustic decât în prezent, în orice caz, mult mai acustic decât sistemul bazat pe alfabet, din momentul de față.

Ideea fundamentală a lucrării lui Levinson[25], din 1979, *Human Replay: A Theory of the Evolution of Media*, este că formele de media se dezvoltă și evoluează într-o cheie darwinistă. Oamenii au fost tot timpul, firește, inventatorii ei, dar mai ales s-au distins prin modul de selecție al acestor forme, care s-a făcut, întotdeauna, în două etape[26]:

- s-a dorit tot timpul ca formele de media să extindă capacitatea de comunicare dincolo de diferite hotare biologice ale văzului și ale auzului pure;

- s-a dorit ca noile forme de media să păstreze elementele biologice ale comunicării care s-au pierdut în formele vechi.

Cea mai bună modalitate de ilustrare a acestor pași este reprezentată de inventarea telefonului, care a înlocuit telegraful, iar oamenii și-au recuperat vocea – element fundamental în comunicare.

O astfel de implementare a vocii în tot ce am numit *servicii Internet* ar dezvolta și mai mult metodele de recuperare medicală.

Cu toate acestea, alfabetul face bine un singur lucru și, în acest context, este imbatabil: reușește să exprime abstracțiuni pe care alte forme de media nu au puterea să le redea. Are un conținut de abstractizare mai mare chiar decât formele de media digitale, acolo unde acestea se creează prin programare (cod binar care prezintă sunetele, imaginile și literele). Și, din acest punct de vedere, chiar dacă urmăm o demonstrație anticipativă darwinistă a formelor de media care vor să vină, locul alfabetului este garantat.

24 *Ibidem*, p. 51.

25 Idem, *Human replay: A theory of the evolution of media*, Ph.D. diss., New York University, 1979.

26 Idem, *Digital McLuhan…*, p. 52.

IV.1.3. *Paradigma comunicării prin instrumentalitatea calculatoarelor și schimbările în societatea bazată pe cunoaștere. Limba și tehnologiile informației*

În mediul online, unde fiecare utilizator generează conținut, comunicarea s-a confruntat cu o schimbare de paradigmă: conectarea oamenilor prin intermediul mesajului a fost înlocuită de transferul de mesaje, în care nuanțele s-au mutat și ele, de pe calitatea și acuratețea informațiilor transmise pe viteza de transmitere și pe posibilitățile oferite de tehnologiile mobile, de a livra cât mai mult conținut, cât mai repede, de oriunde. Bogdan Nadolu consideră că s-a revenit din nou la Turnul Babel, o lume în care toți vorbesc și nimeni nu ascultă[27].

Tehnologiile informațiilor și comunicării (ICT – *Information and Communication Technologies*) se pot arăta atât încurajatoare, cât și descurajante în ceea ce privește fondul informațional. Dacă oamenii folosesc calculatoarele și dispozitivele mobile pentru a comunica prin intermediul Internetului, TIC devine o extensie a comunicării și, implicit, a corpului uman. Proliferarea Internetului, ca unealtă pentru comunicare, dar și ca modalitate nouă de formare a comunităților și identităților, are efecte puternice și complexe asupra funcționării creierului uman șia felului în care percepem realitatea.

Din nefericire, există în continuarea o linie de demarcație între cei despărțiți de spațiul digital (*digital divide*), între cei care au puterea financiară de a se dota cu calculatoare și dispozitive mobile pentru a se conecta la acest nou mediu și cei care nu au veniturile necesare[28].

În societățile moderne, tehnologiile informației au reprezentat unul dintre motoarele principale ale globalizării. Tehnologiile informației și ale comunicării au transformat atât dimensiunile lingvistice, vizuale și cognitive ale comunicării umane, cât și atributele particulare pe baza cărora se fondează identitatea socială în cadrul culturii globale[29].

În zilele noastre, noțiunea modernă de *globalizare* se confruntă cu numeroase tensiuni și ambiguități neclarificate. Există numeroase definiții date globalizării, însă nu în ceea ce este, în esență, globalizarea, ci în privința înțelegerii și criticii consecințelor pe care aceasta le aduce, intenționat sau fără intenție, asupra statelor, asupra națiunilor și asupra fiecărui individ. Descrierile globalizării au privit fenomenul fie ca proces, condiție, sistem sau chiar ca epocă. În privința

[27] Delia Ioana Nadolu, Bogdan Nadolu, *The Social Being in the Virtual Space*, în Monica Barbovschi, Maria Diaconescu (eds), *Teenagers' Actions and Interactions Online in Central and Eastern Europe. Potentials and Empowerment, Risks and Victimizarion*, Cluj University Press, 2008.

[28] C. McIntosh, Z. Varoglu (eds), *Perspectives on Distance Education: Lifelong Learning & Distance Higher Education*, Paris, UNESCO, 2005.

[29] D. Gibbs & K.-L. Krause (eds), *Cyberlines 2.0: Languages and Culture of the Internet*, Melbourne, James Nicholas Publishers, 2007.

diferitelor ramuri ale cercetării, aproape toți autorii și-au adus propriile observații și critici asupra globalizării, în raport cu disciplina de specialitate a acestora. Globalizării i s-au recunoscut beneficiile de a elimina frontierele geografice pentru proliferarea schimburilor economice. În același timp acestui fenomen i s-au reproșat și efectul nedorit de impunere a unor corporații multinaționale lipsite de scrupule în exploatarea piețelor și a mâinii ieftine de lucru.

Interesantă este, de asemenea, dilema morală și politică în care se află relația dintre tehnologie și putere. Ca simbol al societăților post-industriale, al economiei globale, al revoluției cunoașterii și al epocii informaționale, industriile informației și comunicării s-au impus, fără prea mult efort, ca ideologie primordială a progresului, a dezvoltării și a schimbărilor tehnologice. Această acceptare de la sine a tehnologiilor informației ca cel mai bun lucru ce se putea întâmpla se dovedește problematică. În primul rând, nu mai este contestată hegemonia tehnologiei, care se fundamentează pe putere, control și dominare. În al doilea rând, tehnologia retrasează linii de divizare a societății, care se produce prin „distribuția inegală a comodităților sociale valoroase, precum venitul și capitalul cultural sau educațional”[30]. Divizarea nu se produce numai la nivelul aceleiași societăți, un derapaj mai amplu are loc între diferitele națiuni: cele bogate tehnologic și cele sărace în aceste resurse.

În domeniul educației, inovațiile tehnologice aduc în prim-plan oportunități de transformare ale practicii educaționale. Se produce o schimbare în modul de gândire și în comportamentul indivizilor. Au loc modificări ale proceselor de achiziție, transmitere și ditribuire a cunoștințelor. Tehnologia informației poate șterge granițe tradiționale, creând comunități educaționale, dincolo de acestea. Și în acest caz, sintagma „world wide” se dovedește, încă, nefondată[31], pentru că engleza, dacă nu cumva engleza americană, rămâne în continuare limba dominantă, în timp ce aceia care nu au acces la tehnologie sunt excluși și marginalizați.

În 2004, un studiu UNESCO[32] atrăgea atenția asupra faptului că doar 7% din populația planetei, adică aproximativ 400 de milioane de oameni, are acces la Internet, pe care îl poate folosi pentru instruire și participarea la societatea bazată pe cunoaștere. O statistică mai apropiată estima că un miliard de locuințe sunt conectate la Internet, iar dintre acestea, 90% sunt rezidențe din țările dezvoltate[33],

---

30 Joseph Zajda, Donna Gibbs (eds), *Comparative Information Technology: Languages, Societies and the Internet*, Springer Science + Business Media B.V., 2009, p. 2.

31 Anette Wong, *Cyberself: Identity, Language and Stylisation on the Internet*, în D. Gibbs & K. Krause (eds.), *Cyberlines 2.0: Languages and Cultures of the Internet*, Melbourne, James Nicholas Publishers, 2007.

32 UNESCO, *Higher Education in a Globalized Society*, UNESCO Education Position Paper, Paris, UNESCO, 2004, p. 8.

33 Statistică International Telecommunication Union, http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2013/41.aspx#.U14GiVf85Ld

în timp ce ultima statistică realizată de oficialii de la Internet World Statistics[34] afișa un număr de aproximativ 2 miliarde de utilizatori globali.

Studiile despre ITC din ultimii ani au examinat cultura, comunicarea inter-culturală și comunitățile din cyberspace. Annete Wong a analizat confluențele dintre identitatea socială, limbă și stilizarea din Internet[35]. Tehnologiile Internet și vasta producție de imagini produc schimbări care afectează formarea identității culturale și rolul important pe care îl joacă limba. O critică, care s-a impus, mai întâi în studiile educației, se poate extinde și asupra modului de utilizare a limbii. Principalele aplicații ale tehnologiei educaționale au fost create de specialiști în tehnologie, fără niciun fel de pregătire și în educație. Prin analogie, foarte puțini creatori de *software* au o pregătire temeinică în domeniul lingvisticii sau colaborează cu echipe de lingviști. Există cazuri în care localizările de software, traducerile de comenzi și meniuri au fost de-a dreptul nepotrivite. Limba literară a fost folosită de utilizatorii obișnuiți zi de zi și s-a adaptat acestui mediu software.

Proliferarea tehnologiile informației și comunicării ca motor principal al globalizării determină schimbări sociale și culturale însemnate și frecvente în structura unei societăți, în timp ce un nou criteriu de divizare a celor care pot lua parte la noua societate bazată pe cunoaștere s-a produs stabilind, pe criterii financiare, cine poate trăi bine în noua lume și cine poate doar supraviețui. Eforturile de extindere ale tehnologiilor informației și comunicării, bazate pe voluntariat, *software* gratuit și chiar finanțări ale guvernelor pentru defavorizații digital se izbesc mereu de sărăcie sau de controlul politic din diferitele țări ale globului.

IV.2 Influențele (exterioare) mediului online asupra limbii

Primele preocupări lingvistice care vizau Internetul au aparţinut specialiştilor grupaţi în jurul revistei *Journal of Computer Mediated Communication*[36], între anii 1996 şi 2000. David Crystal este unul dintre aceşti lingvişti care a întreprins cercetări ample asupra limbii utilizate în Internet. Într-un

34 Date Internet World Statistics, http://www.internetworldstats.com/stats.htm

35 Anette Wong, *op. cit.*

36 „JCMC is one of the oldest web-based Internet studies journals in existence, having been published quarterly continuously since June 1995. The journal was started by Margaret McLaughlin and Sheizaf Rafaeli in response to the growth of CMC scholarship in the early- to mid-1990s. The founding editors had the vision to make JCMC an open-access, online journal. This, combined with high quality standards, proved to be a recipe for success: today JCMC is widely read and cited by CMC scholars around the world. In 2004, JCMC became an official journal of the International Communication Association" (http://jcmc.indiana.edu/aboutus.html, accesat în 12 martie 2013).

articol său din 2001[37], el a semnalat necesitatea delimitării unui subdomeniu în cadrul lingvisticii teoretice şi a prezentat noua ramură de cercetare drept *Internet linguistics* (lingvistica Internetului). Ulterior, a dezvoltat această direcţie de cercetare în primul studiu de anvergură, publicat apoi ca lucrare, *Language and Internet*[38]. În această carte, Crystal urmăreşte impactul pe care îl are Internetul asupra limbilor în general şi a limbii engleze în particular, reducând din temerile formulate în varii momente de alţi lingvişti, cu precădere cei prescriptivişti, considerând un mit faptul că Internetul este nociv pentru limbă.

Autorul reaminteşte tradiţia disputei dintre structurale dintre prescriptivişti, care impun în mod autoritar o anumită varietate a limbii, de obicei varianta scrisă a limbii standard în forma literară şi care acordă, în funcţie de aceasta, calificative marcate cu „corect” şi „incorect” şi descriptivişti, care doar descriu din punct de vedere funcţional variantele din uzul unei limbi. Aceste două abordări dihotomice, cu o istorie de mai bine de 250 de ani, nu dau semne că s-ar încheia şi că ar scuti nici orientările pentru anumite manuale de stil sau ghiduri de utilizare şi adaptare la termenii şi stilul mediului online. Noua preocupare a studiului ştiinţific lingvistic descriptiv trebuie să fie o descriere sistematică a particularităţilor „netspeak”, aşa cum este întâlnit în diferitele situaţii de comunicare în Internet[39].

Scopul declarat al lucrării este cel de eliminare a temerilor privitoare la limbă, în general, şi la limbi individuale, în particular: predominanţa jargonului tehnic, dispariţia standardelor sau chiar dispariţia limbilor. O parte din aceste frici constau în înţelegerea greşită a noului mediu. Ca şi în cazul tiparului, văzut la acea vreme de către biserica dominatoare ca o creaţie a diavolului, şi în cazul Internetului, din manifestările unui început de secol XXI, din care nu au lipsit preocupările pentru instituirea cenzurii şi a mecanismelor de control, s-au vociferat frici şi nemulţumiri.

În 2001, comunicaţiile care făceau posibile accesul la Internet erau destul de limitate, iar accesul la informaţiile vaste disponibile destul de redus. Intuind că evoluţiile tehnice vor schimba parametrii în care se afla comunicarea online la acea dată, Crystal îşi caracterizează studiul ca fiind unul „de moment”[40].

În acele începuturi se urmărea caracterizarea noului mediu şi schiţarea câtorva varietăţi şi uzaje cu care să se compare limba utilizată sub presiunea acestor schimbări. Erau aduse în discuţie comparaţii cu stilul grafic, telegrafic, al titlurilor de ziar, sau cu stilul sonic hiperverbal al comentariului sportiv. Se urmărea dacă noua utilizare a limbii în Internet este diferită faţă de clasicele comportamente lingvistice, astfel încât să se poată discuta şi dacă acest mediu

---

37 David Crystal, *The scope of Internet linguistics*, 2005, http://www.davidcrystal.com/DC_articles/Internet2.pdf , accesat în 20.02.2013.
38 Crystal David, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004.
39 *Ibidem*, p. 81.
40 *Ibidem*, p. 11.

revoluţionar a adus o schimbare şi în limbă. La fel de interesantă se dovedea a fi metafora de „sat global”, impusă de Marshall McLuhan[41], în raport cu caracteristicile sale lingvistice. Din moment ce în cadrul întrebărilor referitoare la existenţa unui dialect comun sau a unei comunităţi strânse şi închise erau înglobate şi răspunsurile negative, sarcina principală devenea aceea de a găsi aspectele comune ale limbii care ar fi dat identitate membrilor comunităţii globale.

Pentru a păstra cel mai ridicat grad de acurateţe, trebuie identificate câte situaţii de comunicare putem întâlni în Internet, pentru a putea descrie şi nota trăsăturile fiecărei situaţii. Multe dintre situaţii existau de un timp, altele erau în etapa copilăriei. În 2001, s-au putut distinge cinci situaţii suficient de distincte, unde limba are anumite particularităţi specifice: e-mail-ul, grupurile de discuţie – sincronice şi asincronice, lumile virtuale – forme ludice de interacţiune socială în medii fantastice, uneori prin intermediul avatarelor, un termen din mitologia hindusă însemnând încarnarea unei zeităţi într-o formă pământească, şi World Wide Web. Multe dintre aceste situaţii se întrepătrund; ele nu se exclud reciproc: în multe jocuri există, de exemplu, e-mail sau chat.

O scurtă incursiune etimologică ne prezintă termenii cu care se definea aşa-zisul „limbaj al Internetului”: *netspeak*, *netlish*, *weblish*, *cyberspeak*, *electronic discourse*, limbajul electronic, discursul scris interactiv, *computer-mediated communication* (comunicarea mediată de calculator / CMC)[42]. Fiecare dintre aceşti termeni scoate în evidenţă o anumită caracteristică a limbii. Termenul de discurs electronic se axează pe elementele de dialog şi interactivitate, valabile, însă, în anumite situaţii de comunicare online. Crystal impune termenul „netspeak”, prin apropierea culturală cu lucrarea lui George Orwell şi cu cele două limbi folosite în cartea „1984” – „oldspeak” şi „newspeak”. Considerăm, însă, că termenul de „limbaj al Internetului” poate produce confuzie, limbaje[43] fiind şi cele de programare a mediului: limbajul HTML, XML şi altele.

IV.2.1. *Limba, expresia identității individuale*

Oamenii aleg să împacheteze semnificația în forme ușor de înțeles de către ceilalți, mai degrabă decât să inventeze noi forme de semnificație. Chiar dacă nu creează noi cuvinte sau noi structuri gramaticale și chiar dacă nu apelează la forme inedite de pronunție, este recunoscut faptul că niciodată doi oameni nu vor vorbi la fel. Indivizii utilizează limba în moduri diferite și, în timp, devin familiari și

41 *Ibidem*, p. 81.
42 *Ibidem*, p. 17.
43 Angela Bidu-Vrânceanu *et al.*, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Editura Nemira & Co., Bucureşti, 2005, p. 293, s.v. limbaj. Limbajul este „ansamblul limbii, ca instituţie socială comună tuturor subiecţilor care vorbesc, şi al discursului, ca realizare individuală a vorbirii în texte sau mesaje concrete”. O limbă este întotdeauna limbaj, invers, însă, nu: limbajul muzical, vizual, limbajul animalelor etc.

obișnuiți cu caracteristicile lingvistice în funcție de care (re)cunosc o persoană. În aceeași manieră, oamenii au anumite preferințe literare, anumite orientări către operele și interpretările traducătorilor preferați și le este mai greu să vorbească cu unii și să-i înțeleagă, decât cu alții dintre apropiații lor. De aici se trage un anumit mod de imitare a aspectelor stilistice prezente în discursul unuia sau al altuia. În același fel, oamenii percep o anumită iritabilitate atunci când instituțiile standardizează și automatizează vocile (mesajele de siguranță transmise în avion, roboții telefonici, roboții care răspund atunci când sunăm la telefon pentru anumite produse sau servicii etc.)

În anumite societăți expresia lingvistică individuală este încurajată, în timp ce, în altele, este reprimată, asemenea libertății de expresie. Spre deosebire de anumite țări, în care individualismul este înlocuit cu titluri și roluri (Bali, Maroc)[44], individualismul occidental a apărut încă de când un individ devenea o „persona"[45], prin rolul social pe care îl juca în Roma antică, și a atins cotele utilitariste de astăzi (fiecare individ este motivat de țelurile sale sociale și financiare) și de expresie (fiecare individ ajunge la adevăr numai printr-o privire interioară, în afara normei sociale)[46]. În acest individualism care caracterizează lumea occidentală, egoismul american a fost văzut ca o formă exacerbată.

Cu toate acestea, individualismul este o cerință necesară a umanității, atunci când nu e vorba de individualism ideologic, ci de cel uman. În același timp, doar prin unicitatea lor, oamenii pot crea comunități funcționale. Comunitățile au găsit mijloacele necesare individualizării și ale unicității: fiecare persoană are un nume, o relație cu un alt individ. Oamenii se disting prin modul în care se comportă și, ca parte integrantă, prin modul în care vorbesc. Ei sunt recunoscuți ca atare, prin cuvintele pe care le folosesc, prin sunetele vocii lor, prin modul în care scriu.

De asemenea, cunoașterea limbii este individuală și privată[47]. Pentru că nu sunt vorbitori de la naștere, doi oameni nu vor ajunge niciodată să utilizeze limba în același fel. Limba unui individ este diferită pentru că acesta are o anumită memorie lingvistică și o anumită percepție a lumii pe baza cărora își formează generalizările. Fiecare individ are propriul vocabular și chiar propria gramatică, chiar dacă anumite generalizări izvorăsc din cunoașterea regulilor universale de gramatică. Variația lingvistică este explicabilă, astfel, la nivelul vorbitorului

---

44 Barbara Johnstone, *The Linguistic Individual. Sel-Expression in Language and Linguistics*, Oxford University Press, New York, 1996, p. 6.

45 Marcel Mauss, *Une categorie de 1'esprit humain: La notion de personne, celle de "moi"*, http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/socio_et_anthropo/5_Une_categorie/Une_categorie.html

46 Stephen Jay Greenblatt, *Renaissance self-fashioning: From More to Shakespeare*, Chicago, University of Chicago Press, 1980.

47 Barbara Johnstone, *The Linguistic Individual. Sel-Expression in Language and Linguistics*, Oxford University Press, New York, 1996, p. 8.

individual. Sociolingvistica încearcă (și reușește) să coreleze variația lingvistică cu o serie de variabile și constante sociale, precum vârsta, sexul, clasa socială, însă, chiar și așa, nu există niciun algoritm de predicție a modului în care va reacționa lingvistic o anumită persoană. În acest caz, sociolingvistica este „predictibilă doar din punct de vedere statistic”[48].

Barbara Johnstone[49] atrăgea atenția că, în studiile contemporane despre limbă, figura individuală lipsește aproape în totalitate. Lingvistica formală care s-a dezvoltat sub influența saussuriană se preocupa de distincția între limba socială (obiectul de studiu al lingvisticii) și limba individuală (parole), diferențele individuale fiind ignorate, pentru că primau modelele formale al cunoștințelor fonologice și de sintaxă ale vorbitorilor nativi. În urma unui studiu realizat în 1988, Sharon Ash[50] aprecia că vorbitorii din aceeași comunitate lingvistică nu pot fi distinși în mod categoric pe baza variațiilor fonologice, pentru că sistemul lor fonologic nu diferă foarte mult. Însa, în 1979, Charles Ferguson[51] constata, în urma unor studii sistematice, că fonologia unei varietăți lingvistice este un amestec de fonologii individuale în cadrul căruia, în mod inevitabil, partea comună prezintă indeterminări, hotare încețoșate.

În același mod, contrar unor studii populare despre variația în sintaxă, studiile sistematice ale lui William Labov[52] și Guy Carden[53] au sugerat că există două „dialecte” sintactice, cu două tipuri de interpretare a propozițiilor din partea vorbitorilor (celebra: „all the circles don't have dots in them” care poate fi înțeleasă, în traducerea noastră, fie cu „toate cercurile care nu au puncte în ele” sau „niciun cerc nu are puncte în el”).

Rapoartele dintre variația fonologică și sintactică și individ în mică măsură au preocupat lumea științifică, pentru că între existența acestora și structuralismul saussurian apărea o incompatibilitate. Orice lingvist care studia limba, studia ceva ce prin definiție se plasa deasupra indivizilor și avea o capacitate de multiplicare de la sine, studia ceva ce era în proprietatea comunității lingvistice, iar nu a individului. Pentru sociolingvistică, temele principale, întemeiate astfel, erau

---

48 *Ibidem*, p. 8.

49 *Ibidem*, p. 9.

50 Sharon Ash, *Speaker identification in sociolinguistics and criminal law*, în Kathleen Ferrara, Becky Brown, Keith Walters, John Baugh (eds), *Linguistic change and contact* (Proceedings of N-WAV XVI), pp. 25-33, Austin, Department of Linguistics, University of Texas, 1988.

51 Charles Ferguson, *Phonology as an individual access system: Some data from language acquisition*, în Charles J. Fillmore, Daniel Kempler, William S.-Y. Wang (eds), *Individual differences in language ability and language behavior*, pp. 189-201, New York, Academic Press, 1979.

52 William Labov, *Sociolinguistic patterns*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1972, pp. 192-199.

53 Guy Carden, *A note on conflicting idiolects*, „Linguistic Inquiry”, 1, 1970, pp. 281-290.

grupurile, societățile, dialectele și limbile. Acest lucru putea fi explicat chiar și politic, în conjunctura istorică a naționalismului, care trebuia să scoată în prim-plan limbile naționale, autonome, limbile națiunilor, ale grupurilor mari, iar nu ale indivizilor. Variațiile individuale erau plasate în câmpul deviațiilor sau al imaturității.

Abia modelele recente de variație lingvistică s-au orientat către furnizarea unui mod de înțelegere a variației de la individ la individ, deoarece sociolingviștii au început să vadă variația „ca pe o resursă pentru expresia identități individuale”[54]. De-a lungul timpului, studiul individual al limbii a arătat că indivizii aparțin unei comunități de vorbitori sau alteia tocmai prin variația limbii lor. Abătându-ne, din nou, atenția către cyberspațiu, putem spune că, *offline*, un vorbitor aparține unei anumite comunități lingvistice, în timp ce în Internet poate aparține alteia. Variația lingvistică individuală are un rol coagulant mai bun în cadrul unei comunități, decât o are clasa socială sau statutul social.

O reîntoarcere asupra individului lingvistic, poate însemna o reîntoarcere în perioada pre-saussuriană a limbii, în epoca romantică a secolului al XIX-lea, atunci când vocea individuală era prețuită pentru că semnifica „autonomie și alegere creativă în exprimarea spiritului sau geniului individual”[55]. Reîntoarcerea la lingviști, precum Humboldt sau Vossler, înseamnă acceptarea faptului că schimbarea lingvistică apare în conștiință, iar inovațiile pline de creativitate, motivate estetic, sunt cel mai bine exprimate de către poeți și scriitori.

La fundația individualismului lingvistic american, Edward Sapir a pus cele mai multe pietre de temelie, opunându-se realismului social al numeroșilor săi colegi. El a afirmat, cu diferite ocazii, că fiecare cultură individuală este diferită[56] (în ciuda posibilelor educații instituționalizate), în timp ce limba este „arta colectivă de expresie, un rezumat al mii și mii de intuiții individuale”[57].

În toate studiile sale, Sapir a optat și a susținut cauza unei apropieri de limbă și cultură care să nu se ia extrem de tare în serios, devenind plictisitoare ca știință și a considerat că ar fi foarte nimerit să înțelegem umanitatea într-o manieră umanistă, fără a înlătura conceptele sau abstractizările. El dorea ca oamenii de știință să valorifice ambele posibilități de cercetare. Fie că se referea la lingviști, fie la antropologi, el dorea ca aceștia să gândească din ambele perspective, și din cea a individului și din cea a socialului. O apropiere de viziunea lui Sapir a avut-o Dell Hymes, care afirma că nu există absurditate mai mare decât aceea prin care vorbitorii rămași ai unei anumite limbi sunt clasificați drept apți pentru a vorbi-o și

54 Barbara Johnstone, *The Linguistic Individual. Sel-Expression in Language and Linguistics*, Oxford University Press, New York, 1996, p. 16.
55 *Ibidem*, p. 20.
56 Edward Sapir, *The Emergence of the Concept of Personality in the Study of Cultures*, pp. 590-597, în Sapir Edward, *Selected writings of Edward Sapir* în *Language, culture, and personality*, David G. Mandelbaum, Berkeley, University of California Press, 1949.
57 Idem, *Language*, New York, Harcourt, Brace and World, 1921, p. 231.

că „atât pentru individ, cât și pentru comunitate, o limbă este ceea ce fac cu ea cei care o dețin”[58].

Studiile particulare ale indivizilor și stilului contribuie la cunoașterea practică a posibilităților stilistice: studiind, de exemplu, oratoriile lui Cicero sau Gorgias se pot învăța deprinderi despre oratoria clasică sau studiind textele unui scriitor contemporan se poate desluși cum e făurită limba contemporană. În general, stilistica, ca unealtă de lucru a retoricienilor și criticilor literari, este utilizată pentru roluri critice precum cele menționate.

Din perspectivă lingvistică, din studiile asupra indivizilor trebuie să reiasă noțiuni despre cunoașterea limbii. Printr-o astfel de abordare, se pot face remarci și trage concluzii despre noțiuni lingvistice fundamentale. Deși, o astfel de întreprindere nu este una critică, metodologia este împrumutată din studiile critice literare, pentru că se apelează la tehnicile lingvistice ale analizei discursului, pentru a constata ce este individual în legătură cu limba.

În general, analiza discursului a fost percepută ca un studiu al unităților lingvistice mai mari decât propoziția. În altă manieră, analiza discursului a fost definită, uneori, ca analiza „limbajului utilizat”[59] sau analiza „vorbirii situaționale”[60]. Niciunul dintre aceste moduri de definire nu o separă clar de alte subdomenii ale lingvisticii, mai puțin de gramatica formală care „studiază propozițiile și unitățile mici și care se axează, în mod explicit, mai degrabă pe sublinierea competenței lingvistice, decât pe remarcarea limbii în uz”[61]. Studenții care se specializează în pragmatică studiază rolul situației de comunicare (în sociolingvistica cantitativă) în interpretarea exprimărilor. Tannen a remarcat eterogenitatea datelor și teoriilor din analiza discursului și a sugerat că „numele câmpului analizei discursului nu spune altceva decât spune termenul de lingvistică: studiul limbii”[62]. Într-adevăr, analiza discursului studiază date de toate tipurile, de la transcrieri ale vorbirii la texte scrise și conversații ipotetice. Un număr mare de analiști ai discursului au în comun preocuparea pentru cercetarea lingvistică, iar unele dintre studiile lor se axează pe calitate, în loc de cantitate, și pe particularități, decât pe generalități. Studiile din analiza discursului se apropie de cantitățile mici de date, privite în detaliu. Barbara Johnstone apropie analiza discursului de traducere, pentru că, afirmă autoarea, presupune lucrul cu texte

58 Dell Hymes, *Foundations in Sociolinguistics: An ethnographic approach*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974.

59 Gillian Brown, George Yule, *Discourse analysis*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 1.

60 Malcolm Coulthard, *An introduction to discourse analysis*, Routledge, ediția a II-a, 1985, p. 3.

61 Barbara Johnstone, *op. cit.*, p. 22.

62 Deborah Tannen, *Talking voices: Repetition, dialogue, and imagery*, în *Conversational discourse*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989, p. 6.

străine (fie ele scrise într-o limbă străină sau nu) și înțelegerea lor în termeni proprii[63].

Analiza discursului este un bun prilej de a identifica elementul de noutate lingvistică, pentru că e o știință a cazurilor și a interpretărilor[64]. Analiza discursului are ca obiectiv principal înțelegerea datelor cu care operează, iar nu cel de a verifica sau invalida ipoteze preformulate.

Apelarea la analiza discursului este justificată și ca metodă de înțelegere a studiului individului. Este, de altfel, singura posibilitate de a analiză a fiecărui aspect textual și de a spune ce anume este individual în ceea ce-l privește.

IV.2.2. *Particularitățile limbii tastate*

Caracterul electronic al mediului este primul factor de influenţă lingvistică. Tipul de caractere de pe tastatură, mărimea şi configuraţia ecranului, particularităţile programului de calculator folosit, toate acestea supun limba la unele adaptări. Multe manuale şi ghiduri orientative de stil despre Internet recomandă noilor sosiţi să scrie aşa cum vorbesc. Aceste păreri formează o opinie potrivit căreia limba folosită este, în realitate, transcrierea oralităţii.

„Scrie cum vorbeşti" este un sfat bun al unuia dintre aceste manuale, până când se supune atenţiei cui se adresează manualul. Mediul online nu mai aparţine în exclusivitate tinerilor „geeks" sau literaţilor în ştiinţa calculatoarelor; sfera s-a lărgit, oameni de diferite vârste şi profesii folosesc acum Internetul. Ca mijloc de comunicare, limba în Internet are atât caracteristicile varietăţii scrise, cât şi ale celei vorbite. La un pol este Web-ul, care nu diferă foarte mult de situaţiile tradiţionale de scris, de varietăţile scrise ale limbii, în afară de adaptarea la mediu, care este nouă[65]. La celălalt pol, sunt e-mail-ul şi chatul, care, deşi sunt text, au proprietăţi ale vorbirii. Schimbul de mesaje scrise pe chat este, de fapt, o serie de acte de vorbire, existând o mulţime de distincţii între vorbirea din cadrul CMC şi conversaţia faţă în faţă. În „scrie cum vorbeşti" nu se iau în calcul doi factori: prozodia şi paralimbajul, care tind să fie ilustrate prin folosirea exagerată a ortografiei şi punctuaţiei şi convenţiile emfatice (majuscule pentru strigăt, spațierea între majuscule pentru „clar şi tare", emfaza unui cuvânt prin marcarea lui între asteriscuri). Alteori, sunt folosite expresiile literale ca atare, menționate, teatral, între paranteze („[Andrei îi face cu ochiul Simonei]"), emoticoanele, care sunt combinaţii de caractere pentru a marca o expresie facială emoţională (kinetică şi proxemică) (**figura 26**).

---

[63] Barbara Johnstone, *op. cit.*, p. 23.

[64] Clifford Geertz, *Blurred genres: The refiguration of social thought*, „American Scholar", 49(2), 1980, p. 165.

[65] Crystal David, *Language and the Internet*, p. 28.

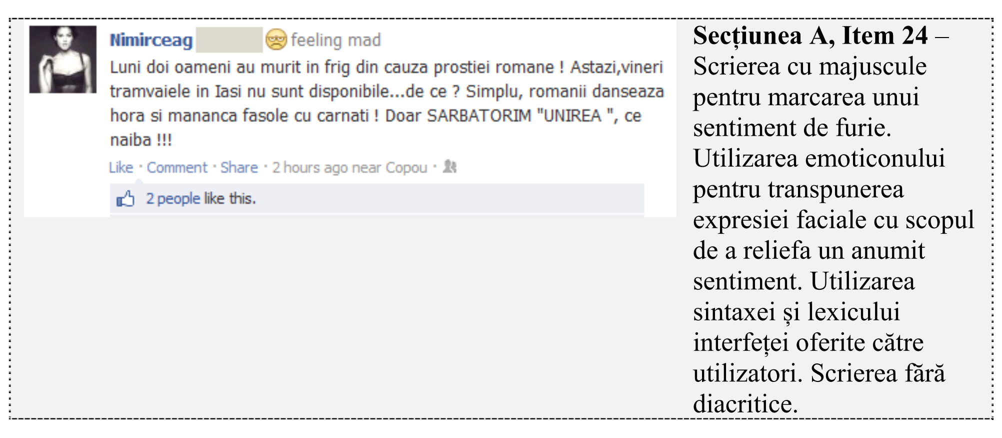


Fig. 26. Exemplu de utilizare a simbolurilor ca marcă a expresiei faciale, în scris, în cadrul Facebook, în comunicarea asincronă (*status updates*)

Ca şi celelalte elemente grafice de marcare a prozodiei sau a emoţiei faciale, toate aceste particularități au apărut pentru eliminarea ambiguităţilor şi percepţiilor greşite, atunci când textul trebuie să substituie vorbirea. Sunt eforturi remarcabile, dar care nu pot ţine loc cu adevărat prozodiei, de mişcare sau de manipulare a distanțelor, ca în vorbirea faţă în faţă. Se consideră, din aceasta cauză, că şi din dependenţa faţă de mediu (rapiditatea folosirii tastaturii) că în Internet este foarte greu de folosit limba pentru conversaţie.

Mediul online rămâne un canal preponderent scris şi dependent de reacţiile la mesajele scrise. Există o intuiţie generală că se poate vorbi despre anumite particularităţi ale limbii, care se regăsesc în toate situaţiile de mai sus şi care influenţează varianta standard a limbii (ce a părăsit situaţia comunicării mediate de computer – CMC şi care nu se confundă cu jargonul tehnic), fără a fi expresia unor modificări ostentative pentru obţinerea unor efecte. Corpusul conţine exemple, cum ar fi:

- regăsirea în denumirile companiilor a unor combinaţii ludice cu caracterul „@” (magazinul „Navig@tor” – **figura 27**);



Secțiunea A, Item 8 – Combinație ludică utilizând caracterul „@" în sigla unui magazin de calculatoare.
Un alt exemplu la care ne putem gândi este numele unei edituri importante din București – „Comunicare.ro"

Fig. 27. Exemplu de combinații ludice cu caractere și simboluri specifice Internetului

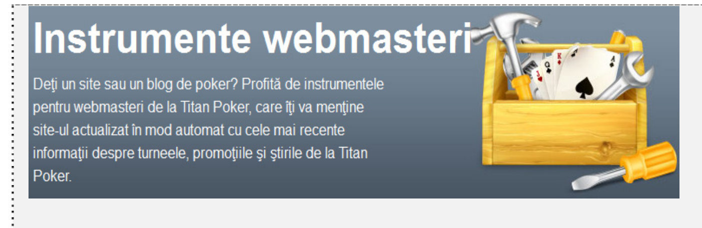
- prefixarea cu particula „e-" (blogul „e-Motion" – **figura 28**);



Secțiunea A, Item 20 – Particula „e-" utilizată în titlul unui site, pentru desemnarea caracterului electronic al mediului.

Fig. 28. Exemplu de combinații ludice cu caractere și simboluri specifice Internetului, particula „e-", de la electronic

- lexicul specific Internetului – pentru a descrie acţiuni, atitudini, personal care lucrează în companii şi instituţii online (poziţia de „webmaster", acţiune de „download" – **figura 29**);



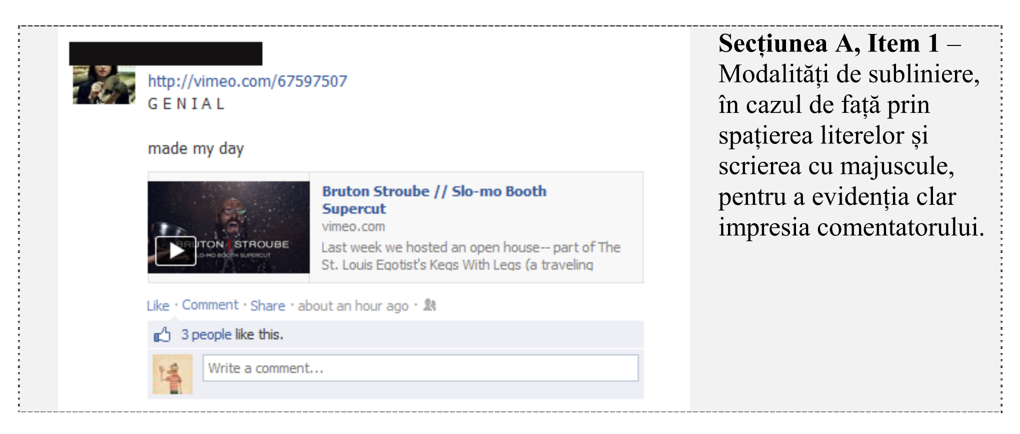
Secțiunea A, Item 9 – „Instrumente [pentru] webmasteri". Lexic specific Internetului – pentru a descrie personalul care lucrează în cadrul unor companii sau organizații online.

Fig. 29. Exemplu de lexic specific Internetului / jargonului informatic pentru a numi acțiuni din mediul online sau personal care lucrează în mediul online

- probleme hardware sau software („freeze, crash"); termeni care denumesc populaţia Internet, aşa cum membrii înşişi s-au descris („surferi"); diferite forme de compunere verbală sau nu („mouse over", „shovelware, freeware", „point-and-click, pay-per-click",„webcam, webcast"; prefixare

şi sufixare: „hyper-”, „-bot”;), abrevierile, acronimele („HTML, DNS, WWW”);

- grafologie distinctă (fonturi, stiluri) şi particularităţi ortografice, precum scrierea cu majuscule – **figura 30**; ortografie (forma de plural cu „-z” pentru a numi lucruri piratate: „gamez, serialz”;



Secţiunea A, Item 1 – Modalităţi de subliniere, în cazul de faţă prin spaţierea literelor şi scrierea cu majuscule, pentru a evidenţia clar impresia comentatorului.

Fig. 30. Exemplu de scriere cu majuscule ca particularitate ortografică a textului

- repetarea consoanelor sau vocalelor pentru marcarea unui sentiment (**figura 31**);



Secţiunea A, Item 13 – Repetarea consoanelor sau vocalelor pentru marcarea unui sentiment.

Fig. 31. Exemplu de scriere cu repetarea consoanelor sau vocalelor pentru marcarea unui sentiment, ca particularitate ortografică a textului din mediul online

- scrierea cu cifre pentru literele similare, „l00s3r" (**figura 32**).



Fig. 32. Exemplu de scriere cu cifre în loc de unele litere, ca particularitate ortografică a textului

Cu întâietate, Web-ul este un mediu grafic, cu toate aspectele care se pot aplica limbii scrise (dactilografie, caligrafie şi alte forme ale scrisului de mână mediat de computer, tipografie, emfază prin design, ortografie — cu punctuaţie, majuscule, diacritice). Din punct de vedere grafic, se acoperă orice faţetă a existenţei noastre lingvistice grafice, extrem de bogată în prezent. Se utilizează liste, matrice, hărţi mentale şi alte metode de organizare grafică, precum culorile fonturilor sau fundalurilor, chenare, umbriri, diferite efecte. Vizualizate prin intermediul navigatorului Web (*browser*-ului), paginile Web sunt puternic influenţate de caracteristicile acestui program, precum şi de o serie de parametri hardware precum *scrolling*, rezoluţia, dimensiunea şi aspectul ecranului. Textul poate fi liniar sau non-liniar, interactiv, prin intermediul hypertextului şi nu este întotdeauna static, ci se poate mişca pe ecran în diferite cazuri.

La nivel ortografic, putem remarca scrierea fonetică informală: „I luv to do that"; „dunno how easy it will be" şi cea fără diacritice (**figura 33**).

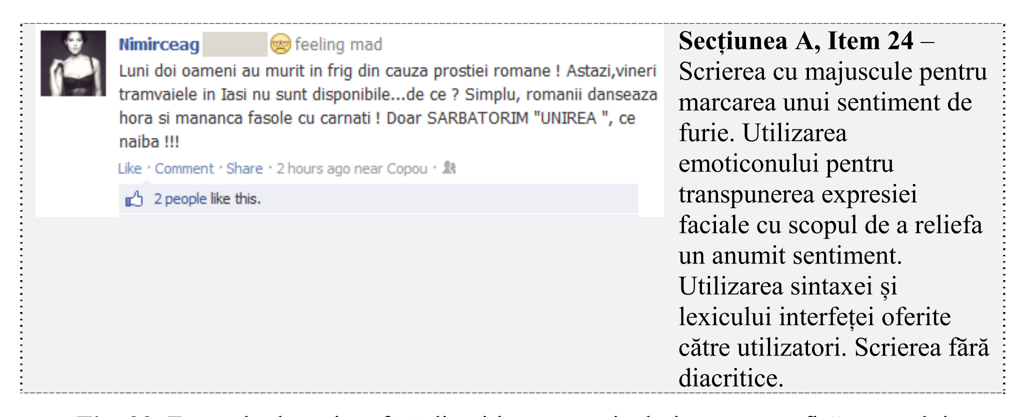
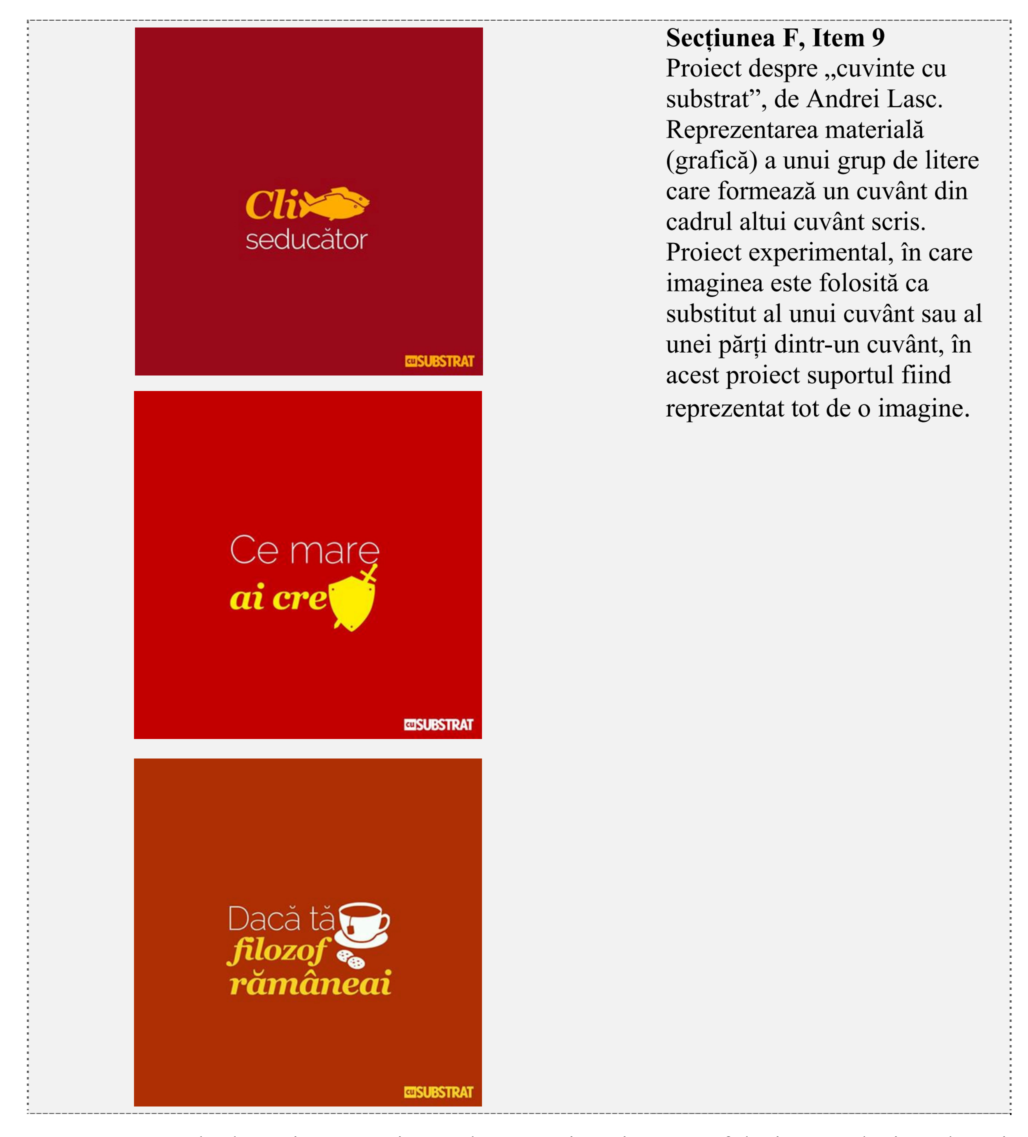


Fig. 33. Exemplu de scriere fără diacritice, ca particularitate ortografică a textului

De asemenea, se regăsește scrierea rapidă, în cadrul căreia se produc omisiuni de litere, scrierea fonetică și substituția literelor și cuvintelor cu cifre. Din acest punct de vedere, creativitatea din limba engleză se manifestă mai mult decât în cazul limbii române, unde astfel de practici sunt experimentale (precum imaginile ca substitut al unui cuvânt sau părți dintr-un cuvânt – **figura 34**).



Secțiunea F, Item 9
Proiect despre „cuvinte cu substrat”, de Andrei Lasc. Reprezentarea materială (grafică) a unui grup de litere care formează un cuvânt din cadrul altui cuvânt scris. Proiect experimental, în care imaginea este folosită ca substitut al unui cuvânt sau al unei părți dintr-un cuvânt, în acest proiect suportul fiind reprezentat tot de o imagine.

Fig. 34. Exemplu de proiect experimental, în care imaginea este folosită ca substitut al unui cuvânt sau al unei părți dintr-un cuvânt

Mai notăm absența capitalizării sau absența scrierii cu literă majusculă după punct (**figura 35)**. Există o serie de opțiuni software care urmăresc adăugarea literei mari de la începutul propoziției în mod automat.



Secțiunea D, Item 5 – *Cutremur I.* Mesaj intenționat ironic referitor la meritul de a publica primul în mediul online pe care și-l arogă unii utilizatori. Scriere telegrafică, cu literă mică la începutul propoziției și după punct.

Fig. 35. Exemplu de scriere cu literă mică după punct, ca particularitate ortografică a textului

La nivelul discursului şi al textului, remarcăm fenomenul de utilizare a particularităților de interacțiune:

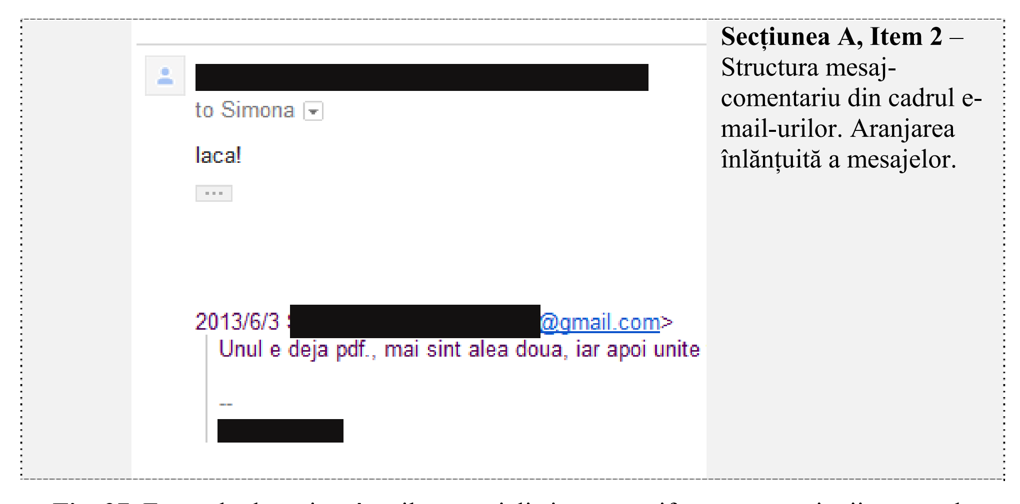
- întrebările disjunctive: „as veni inspre tudor, dar să nu fie tirziu, ok?” (**figura 36**); „cred că asa e cel mai bine, am dreptate?”;



Secţiunea F, Item 8 – Memă cu mesaj metalingvistic, prescriptiv, realizat într-un mod ironic. În acelaşi timp, un exemplu de întrebare disjunctivă.

Fig. 36. Exemplu de utilizare a întrebărilor disjunctive, manifestate la nivelul discursului

- reluarea unei conversaţii aparent iniţiată anterior şi abandonată – presupoziţiile: „a, apropo, v-am spus cu cine m-am întâlnit aseară?”;
- scrierea în stil memorialistic: „si incă un lucru – oare vreau cu adevărat sa merg sa studiez in Anglia? Oare vreau? Ei, am sa ma mai gindesc la asta la timpul potrivit”; structura mesaj-comentariu în e-mail-uri (**figura 37**).



Secţiunea A, Item 2 – Structura mesaj-comentariu din cadrul e-mail-urilor. Aranjarea înlănţuită a mesajelor.

Fig. 37. Exemplu de scriere în stil memorialistic, ca manifestare a naraţiunii personale

De la aceste trăsături generale, corpusul adună o serie de caracteristici ale limbii în situaţia de comunicare Web şi, de asemenea, încearcă să identifice care sunt motivele pentru care limba are caracteristicile menţionate. Se notează, în cazul exprimărilor bilingve, dacă este vorba despre caracterul universal al limbii engleze, care s-a impus odată cu elementele globale ale culturii americane, larg răspândite în rândul tinerilor, dublate de comunicarea instituţional-antreprenorială, din cadrul companiilor multinaţionale, care se realizează aproape în exclusivitate în limba engleză sau dacă este vorba despre un jargon, o încifrare a comunicării în rândul utilizatorilor acestor platforme sociale. Ioana Vintilă-Rădulescu, cercetător la Institutul „Iorgu Iordan" din Bucureşti, comenta într-un articol[66] din „România Liberă" că „Tinerii nu vorbesc englezeşte, ci un fel de jargon presărat cu cuvinte care nu mai sunt predominant ţigăneşti, ci englezeşti. Au ajuns la asta pentru că engleza e principala limbă de comunicare pe internet, principala limbă a muzicii pe care o ascultă şi a serialelor pe care le urmăresc la TV. E mai simplu să reproducă termenii pe care îi aud decât să le caute echivalentul românesc".

Ce transmit aceste particularități? CMC se prezintă ca un amestec de caracteristici provenite din prototipul limbii vorbite şi din prototipul media scrise şi chiar din subtipuri ale acestora, cum ar fi, spre exemplu, comunicarea telegrafică. Stabilirea tipului de text are un rol major în definirea naturii limbii utilizate în CMC. În mod hotărât, tendința este spre o scriere informală şi spre un stil vorbit al textului. Acest lucru se remarcă uşor dacă se analizează nivelul paralingvistic şi grafic, acolo unde s-au creat căi speciale de reprezentare a efectelor posibile, altfel, numai în cadrul conversațiilor față în față. Constrângerile interacțiunii în timp real au condus la tipuri de texte asincrone. Din punct de vedere social, comunicarea mediată de calculator conduce la o solidaritate de grup a membrilor care utilizează limba pe Web.

O serie de autori critică determinismul tehnologic de studiere a limbii în CMC şi găseşte mult mai întemeiată o abordare din perspectiva utilizatorilor. Fără a nega influențele tehnologiei asupra limbii, Jannis Androutsopoulos crede că se poate vorbi, mai degrabă, despre o „varietate a practicilor de grup"[67]. Discutând rolul limbii în comunicarea mediată de calculator, autorul consideră că preocupările pentru limbă au jucat un rol central în studiile CMC, în timp ce noțiuni precum comunitatea sau identitatea au devenit orientări de importanță marginală.

Asupra comunităților online au planat şi planează dificultăți taxonomice, date fiind ambiguitățile de la nivelul coeziunii şi longevității interacțiunilor între membrii de la un moment dat ai unei comunități de un anumit tip. Se discută încă şi

[66] Vlad Ursulean, *De ce vorbim în engleză?*, http://www.romanialibera.ro/actualitate/educatie/de-ce-vorbim-in-engleza-212508.html, accesat în 18 martie 2013.

[67] Jannis Androutsopoulos, *Sociolinguistics and computer-mediated communication*, în „Journal of Sociolinguistics", 10/4, 2006, p. 421.

acum dacă noțiunea de grup poate fi extinsă la cea de comunitate, dacă interacțiunile sunt regulate, dacă există roluri şi ierarhii bine definite, pentru a se putea vorbi despre comunități virtuale, atât în sensul sociologic, cât şi în cel sociolingvistic, subdomeniu în care nu pot fi omise clarificări sociale clare ale grupului de vorbitori[68]. Referitor la multilingvism, se remarcă, în continuare, dominanța limbii engleze drept *lingua franca* a Web-ului, deși, în ultima vreme, tot mai multe situri şi grupuri regionale sunt prezente şi în alte versiuni de limbă, uneori chiar în paralel. Considerând o geografie a spațiului Web, se constată cum tot mai multe grupuri regionale utilizează limbile proprii. Internetul s-a dovedit un mediu foarte bun pentru consacrarea prin păstrare şi popularizare în scris a unor limbi mici sau rare. Dacă ne referim în continuare la limba engleză, cred că în limba română s-au consacrat din engleză anumite fragmente, titluri, lexeme devenite populare în urma promovării lor în media (o replică dintr-un film, un titlu de piesă muzicală sau de carte), pentru că se comunică, cu câteva excepții, în limba română, dar se pigmentează propozițiile sau frazele cu astfel de marcatori.

Prezentul lingvistic al Internetului se caracterizează prin inovaţii şi modificări apărute în noile situaţii de comunicare, precum platformele sociale: fie că este vorba despre structuri de *microblogging*, fie de diferite reţele sociale. Manifestarea supremă a limbii poate fi înregistrată în conţinutul generat continuu de utilizatori (UGC).

Prin limbă, Internetul a schimbat modul în care comunicăm şi, posibil, şi cum gândim. Internetul, social prin definiţie, este un nou mediu lingvistic. Orice studiu cultural, deci şi lingvistic, nu mai poate ignora acest nou mediu electronic. Dacă, în trecut, din tradiţia culturală nu lipseau preocupările pentru vorbire, apoi pentru scris, şi se cercetau raporturile dintre ele, acum, trebuie inclus şi Internetul, cu schimbările pe care le produce în evoluţia culturală universală. Putem conchide, la fel ca David Crystal, în 2001: Internetul nu este moartea limbilor, ci dimpotrivă, acesta îmbogăţeşte aria posibilităţilor de comunicare şi de utilizare a limbii pe care le avem.

IV.2.3. *Limbajul informaticii, textul digital și limba „romana" fără diacritice*

Limbajul informatic este pentru aproape toate limbile statelor dezvoltate limbajul cu cel mai mare impact asupra limbii comune. Rodica Zafiu considera că situațiile de comunicare nou apărute „creează formule inedite între scris şi oralitate"[69]. Totodată, autoarea consideră, în ceea ce privește terminologia, că există „un jargon al specialiștilor, mai puțin supravegheat, de folosință practică, în

[68] *Ibidem*, p. 422.

[69] Rodica Zafiu, *Stiluri, limbaje şi tipuri de texte contemporane*, http://ebooks.unibuc.ro/filologie/Zafiu/21.htm, accesat în 30.05.2013.

care amestecul lingvistic e mai puternic”[70] şi mai există nivelul amplu de pătrundere a acestei terminologii în limba comună, fenomen față de care interesul lingvistic este foarte mare.

Pornind de la discuția despre *Dicționarul explicativ de calculatoare*[71], în care se remarca predominanța unei serii de neologisme, în principal verbe formate cu sufixul gramatical al infinitivului, „-a”, (*a apela < to call, a accesa < to access*) şi calcuri semantice (mapare, parolare, adresare), precum compusele din substantive juxtapuse (fişier-text, așezare fișier, limbaj mașină), se constată că, până la un punct, „noul limbaj informatic ar părea să confirme observațiile mai vechi ale lingviștilor despre preferința limbajelor științifice pentru substantivele masculine”[72]. Însă, influența reciprocă dintre acest limbaj de specialitate şi limba comună se realizează prin extinderi metaforice: preluarea de către limbajul de specialitate a unor cuvinte din limba curentă, cărora le extinde sensul prin metaforă. Ilustrativ este sensul cuvântului *mouse*, care a fost tradus doar în franceză (*souris*). Alți termeni metaforici traduși includ bibliotecă, fereastră, magistrală, meniu, pachet, rădăcină, virus, poartă, a salva, a naviga, a vizita etc.

O a doua fază este reprezentată de (re)intrarea termenilor specializați, prin extensie semantică, în limbajul curent.

În privința limbii române în Internet se înregistrau încercări de adaptare ale terminologiei de specialitate engleză (internațională) şi se constata că, deși exista o tendință spre simplificare și clișeizare, se regăsesc ușor insule de expresivitate sau creativitate lingvistică[73].

Textul digital

Conceptul de *cultură*[74] s-a dovedit deficitar în multe discipline academice. Fenomenul globalizării, impus odată cu media electronică care a extins posibilitățile de interconectare, a complicat noțiunea de *cultură*, prin amestecul formelor hibride ale conținutului cultural[75].

O abordare interesantă a conceptului *cultural* este cea propusă de Clifford Geertz[76], în 1973, prin care cultura este o privire împărtășită asupra lumii și o

---

70 *Ibidem*.

71 Marcel-Teodor Ban, Manuel Miclea, *Dicționarul explicativ de calculatoare*, Editura Tehnică, 1994.

72 Rodica Zafiu, *Stiluri, limbaje şi tipuri de texte contemporane*, http://ebooks.unibuc.ro /filologie/Zafiu/21.htm, accesat în 30-05-2013.

73 David Crystal, *Language and the Internet*, p. 9.

74 A Duranti, C. Goodwin (eds), *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.

75 U. Hannerz, *Transnational connections: Culture, people, places*, London, Routledge, 1996, în R. Holton, *Globalization's cultural consequences*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 570(1), 2000, pp. 140-152.

76 C. Geertz, *Interpretation of cultures*, New York, Basic Books, 1973.

pânză de înțelesuri, cu accent pe limbă – depozitar și transmițător cultural. Într-adevăr, alegerea lingvistică și uzul limbii sunt modalitățile principale de semnalare a identității culturale în comunicarea mediată bazată pe text[77]. În același timp, utilizatorii online sunt definiți în mod fundamental de granițele etnice, religioase și naționale, deși aceste granițe devin mai fine în mediul online.

Așa cum am arătat, perspectiva sociolingvistică prin care am tratat subiectul lucrării noastre a evidențiat faptul că utilizatorii de Internet sunt membrii uneia sau mai multor comunități lingvistice și poartă cu ei cunoștințe și valori comune în interacțiunea lor verbală. Granițele geografice nu sunt întotdeauna identice cu cele lingvistice. Fie că locuiesc în străinătate sau chiar în interiorul unei țări, participanții la comunicarea online împărtășesc tradiții căpătate în contextele față în față, care s-au schimbat în fiecare zi. În contextele cotidiene față în față sunt primordiale caracteristicile demografice ale vorbitorilor, competențele lor lingvistice, repertoriul, relațiile dintre vorbitori și norma (culturală, dar și lingvistică[78]). În comunicarea mediată de calculator, trasarea acestui context devine problematică, pentru că întregul context își trage substanța din însăși interacțiunea online.

Scriitura digitală are anumite proprietăți distincte: este jucăușă – se pot constata cu ușurință numeroase jocuri lingvistice, artistice și stilizate, asemănându-se, de multe ori, cu speciile orale (**figura 38**).



Secțiunea C, Item 1 – Parodiere a propoziției subordonate cauzală eliptică, apărută în România în urma unui clip devenit *viral*, în social media. Utilizarea frecventă a acestei forme continuă, în scop ironic sau parodic, deși fenomenul s-a redus în frecvență. Adesea, este folosită în sensul de a critica incorectitudinea gramaticală, dar sensul său a fost deturnat și a ajuns să fie folosită în aproape orice context, după cum ilustrează celelalte exemple similare.

77 S. Herring, *Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior*, în S. A. Barab, R. Kling & J. H. Gray (eds), *Designing for virtual communities in the service of learning*, New York, Cambridge University Press, 2004, pp. 338-376.

78 D. H. Hymes, *Foundations of sociolinguistics*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974.



Secţiunea C, Item 19 – Joc lingvistic de inventare a unui adjectiv în „romgleză”, similar din punct de vedere fonetic cu un adjectiv existent (substantiv + particula *less,* ca în *speechless*, *homeless* etc.).



Secţiunea C, Item 22 – Exemplu de ironizare a mesajelor pascale ce demarează cu forma impersonală a verbului *a fi*.

Fig. 38. Exemple de jocuri lingvistice de utilizare creativă a limbii

Pentru că majoritatea inventatorilor Internetului au fost vorbitori nativi de limbă engleză sau pentru că, în momentele de debut ale tehnologiilor, nimeni nu putea concepe amplitudinea globală a acestor tehnologii, aceştia au conceput şi optimizat primele servicii prin intermediul cărora se putea comunica în limba engleză, ignorând sau fără să clarifice modul în care vorbitori de alte limbi vor putea scrie în cadrul acestor servicii odată ce acestea ar fi devenit globale. Protocolul de transmisie de text a fost bazat pe setul de caractere ASCII (American Standard Code for Information Interchange – **figura 39**).

<table>
<tr><td></td><td>!</td><td>"</td><td>#</td><td>$</td><td>%</td><td>&</td><td>'</td><td>(</td><td>)</td><td>*</td><td>+</td><td>,</td><td>-</td><td>.</td><td>/</td></tr>
<tr><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>:</td><td>;</td><td><</td><td>=</td><td>></td><td>?</td></tr>
<tr><td>@</td><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td><td>F</td><td>G</td><td>H</td><td>I</td><td>J</td><td>K</td><td>L</td><td>M</td><td>N</td><td>O</td></tr>
<tr><td>P</td><td>Q</td><td>R</td><td>S</td><td>T</td><td>U</td><td>V</td><td>W</td><td>X</td><td>Y</td><td>Z</td><td>[</td><td>\</td><td>]</td><td>^</td><td>_</td></tr>
<tr><td>`</td><td>a</td><td>b</td><td>c</td><td>d</td><td>e</td><td>f</td><td>g</td><td>h</td><td>i</td><td>j</td><td>k</td><td>l</td><td>m</td><td>n</td><td>o</td></tr>
<tr><td>p</td><td>q</td><td>r</td><td>s</td><td>t</td><td>u</td><td>v</td><td>w</td><td>x</td><td>y</td><td>z</td><td>{</td><td>|</td><td>}</td><td>~</td><td></td></tr>
</table>

Fig. 39. Setul de caractere ASCII

Acest cod, conceput în anii ’60 conținea 128 de coduri pe 7 biți (combinări binare de 1 și 0), dintre care 95 au fost concepute pentru a afișa caractere grafice[79]. Setul de caractere se bazează pe alfabetul latin și pe sunetele limbii engleze. Încă se mai folosește, în prezent, atunci când se transmit documente text (sintagma „doar text” exprimă cererea îndeplinirii unui parametru tehnic și anume că documentul trebuie să fie codat în acest sistem care să conțină doar setul de bază de caractere ASCII, indiferent dacă e vorba de limba engleză sau de altă limbă). Ca o paranteză, codul ASCII nu poate coda unele caractere speciale care conțin diacritice.

Codarea ASCII a favorizat anumite limbi de circulație internațională și, în special, limba engleză. Pentru o serie întreagă de servicii, utilizatorii altor limbi au întâmpinat mereu dificultăți, de la simpla afișare a unei pagini Web ce conținea text într-altă limbă, la adresele site-urilor sau canalele de chat. Vorbitorii de limbi cu altfel de sisteme de scriere decât cel latin (grec, rusesc, arab, ebraic, chinez, coreean sau japonez) au fost dezavantajați încă de la început. În 1998, afirmația editorilor revistei Foreign Policy că „limba engleză rămâne singura limbă care poate fi utilizată fără distorsiuni pe aproape orice calculator din lume”[80] era demonstrată prin utilizarea cotidiană a calculatoarelor de pretutindeni.

De atunci, situația s-a îmbunătățit. Tehnic, problema lingvistică s-a soluționat prin apariția diferitelor sisteme de codare, cu spectre mai largi. Totuși, reticența utilizatorului, care folosește o limbă cu un sistem de scriere non-latin, că destinatarul mesajelor sale va citi întocmai textul trimis, planează în continuare în mediul online. Anii în care sistemul ASCII era singura modalitate de codare a textului a impus un așa-numit „imperialism tipografic” ca subcategorie a „imperialismului” lingvistic[81].

---

[79] Sursa: http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/chars.html, accesat în martie 2014.

[80] J. Fishman, *The new linguistic order*, *„Foreign Policy*”, Winter, 1998, p. 34.

[81] D. Pargman, J. Palme, *Linguistic standardization on the Internet*, în F. Sudweeks & C. Ess (eds), *Proceedings of Cultural attitudes towards technology and communication 2004*, Murdoch, Australia, Murdoch University Press, 2004, pp. 385-388.

În tot acest timp, vorbitorii altor limbi au fost nevoiți să recurgă la improvizații pentru a depăși limitările impuse de setul de caractere ASCII. Aceste improvizații recurgeau la caracterul latin pentru a recupera caracterele ce nu puteau fi afișate. În limba română, care recurge la un sistem de scriere latin și care este un caz fericit, s-a apelat la combinații consonantice prin care „sh” devine *ș*, „tz”, devine *ț*, în timp ce utilizatorii au renunțat pur și simplu de a mai scrie *î* sau *â*, preferând litera fără diacritică. Cazurile de mare amploare au fost cele în care vorbitorii de limbi cu sistem de scriere non-latin au fost nevoiți să adapteze întregul lor sistem de scriere.

În tot acest timp s-au căutat și s-au găsit, în timp, soluții de codare. Setul de codare ASCII a fost extins la setul Latin 1 (**figura 40**), care permitea afișarea tuturor literelor din sistemele lingvistice europene[82].

	¡	¢	£	¤	¥	¦	§	¨	©	ª	«	¬		®	¯
°	±	²	³	´	µ	¶	·	¸	¹	º	»	¼	½	¾	¿
À	Á	Â	Ã	Ä	Å	Æ	Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í	Î	Ï
Đ	Ñ	Ò	Ó	Ô	Õ	Ö	×	Ø	Ù	Ú	Û	Ü	Ý	Þ	ß
à	á	â	ã	ä	å	æ	ç	è	é	ê	ë	ì	í	î	ï
õ	ñ	ò	ó	ô	õ	ö	÷	ø	ù	ú	û	ü	ý	þ	ÿ

Fig. 40. Setul de caractere ISO (*International Standards Organization*) Latin 1, denumit tehnic și ISO 8859-1

În continuare, celelalte limbi au fost dezavantajate, până la apariția sistemului de codare Unicode, sistemul universal de codare a caracterelor, dezvoltat de Consorțiul Unicode[83]. Acest sistem prevedea bazele pentru procesarea, stocarea și schimbul de texte din și în orice limbă din și în toate programele moderne și protocoalele pentru transmisia de text.

În ultima sa versiune, sistemul de codare permitea afișarea a aproape un milion de caractere, iar scopul său era acela de a deveni principalul mod de codare a caracterelor pe Internet.

Semnele diacritice din limba română

Diakrinein (*a deosebi*, din greacă) şi *diakritikos* (*care deosebește*) formează etimologia cuvântului *diacritic*, numind „semne deosebite” acele semne care însoțesc câteodată o literă, fie în formă de linie, de punct, fie arc de cerc, şi

[82] Sursa: http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/chars.html#latin1, accesat în martie 2014.
[83] Consorțiul Unicode, http://www.unicode.org

care îi schimbă literei valoarea fonetică. Poziția semnului diacritic poate diferi, acesta situându-se când deasupra literei, când sub ea, când chiar peste literă.

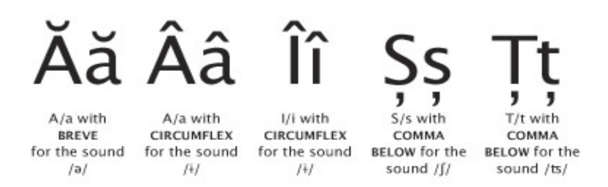


Fig. 41. Semne diacritice

Începutul secolului al XX-lea a impus o stabilizare a ortografiei românești, care, în cadrul perioadei alfabetului latin (începutul secolului al XVI-lea), marca debutul folosirii semnelor diacritice utilizate şi astăzi (**figura 41**)[84]. Între secolele al XVIII-lea şi al XIX-lea, Școala Ardeleană era o mișcare culturală transilvăneană de anvergură. Câțiva dintre reprezentanții săi de seamă, Gheorghe Șincai, Petru Maior şi Samuil Micu, s-au preocupat, în mod constant, de formarea unei limbi literare și, prin aceasta, şi a unei ortografii a limbii române. Criteriile de acceptare a unei anumite scrieri ortografice erau strâns legate de scopul declarat al mișcării, acela de emancipare a românilor transilvăneni prin declararea şi demonstrarea, uneori în mod exagerat, a provenienței latine. La folosirea semnelor diacritice pentru marcarea pronunției diferite s-a ajuns în urma unor concesii făcute principiului fonetic de scriere, care era prea complicat şi inaccesibil maselor. „Un reper important în evoluţia semnelor diacritice este lucrarea lui Petru Maior din 1819, *Orthographia romana sive latino-valachica, una cum clavi*, în care se prezintă un sistem ortografic finisat, bazat în continuare pe principiul etimologic, dar moderat, cu reguli fonetice pentru o citire mai uşoară"[85]. În acest articol din DOR se găsesc numeroase exemple de semne diacritice folosite de către Petru Maior, realizate pe baza unei simulări.

În secolul al XIX-lea, confruntarea celor două moduri de gândire – principiul fonetic de scriere opus celui etimologic, a condus la folosirea, în paralel, atât a alfabetului chirilic, în continuare, cât şi a grafii alfabetului latin de ambele tipuri.

Începutul secolului al XX-lea a fost marcat de un curent continuu de simplificare, iar sistemul de scriere a fost reformat riguros pe baza principiului fonetic. „Astfel s-a redus numărul de litere care reprezentau acelaşi sunet, încât pentru sunetul *ă* a rămas o singură literă, iar pentru *î* au rămas două, urmând să fie

84 Imagine preluată de pe: http://www.ciocalau.ro/2012/10/cum-convertesti-un-text-fara-diacritice-ntr-unul-cu-diacritice/

85 Lavinia Gliga, *Căciuliţă, coif, virguliţă*, „Decat O Revista" (DoR #1), http://www.decatorevista. ro/diacritice/

folosite în funcţie de poziţia în cuvânt”[86]. Renunțarea înregistrată în etape succesive a condus, în 1953, la păstrarea numai a literei *î*, lucru schimbat în cazul familiei lexicale „român”, în 1964, când s-a trecut la *â* şi s-a revenit la numele de România. În 1993 se considera că s-au făcut, în mod nostalgic, câțiva pași înapoi, prin impunerea utilizării literei *â* în interiorul cuvintelor şi prin stabilirea grafiei şi pronunției *sînt* în loc de *sunt*. Însă, de aceasta data, nu s-a mai modificat numărul literelor care au diacritice, ci doar rata utilizării lor.

Limba română actuală înregistrează cinci litere româneşti cu semne diacritice (*ă*, *â*, *î*, *ş*, *ţ*), la forma lor grafică ajungându-se din rațiuni tipografice (**figura 42**)[87].

Literă	Sunet	Denumirea semnului diacritic
Ă ă	[ə]	*căciulă* sau *brevă*
Â â	[ɨ]	*coif* sau *accent circumflex*
Î î		
Ş ş	[ʃ]	*virgulă*, *virguliţă*, arhaic *codiţă*; numită impropriu şi *sedilă* (vezi mai jos)
Ţ ţ	[t͡s]	

Fig. 42. Semnele diacritice în limba română actuală

În era digitală, o mare perioadă de timp s-a mers în confirmitate cu principiul istoric că literele *ş* şi *ţ* se scriu cu sedilă, iar, în realitate, cu virgulă, sedilele fiind observate, ca atare, doar în cazul altor limbi. Standardele informatice au impus această regulă de scriere a literelor *ş* şi *ţ* cu virgulă, iar nu cu sedilă, ca în cazul celorlalte caractere. După ce multă vreme s-a mers pe o ambiguitate în privința acestor două litere, standardele Unicode noi, precum şi sistemele de operare de pe principalele sisteme de calcul au revizuit această opțiune şi au impus un mod de scriere corect cu diacritice.

În contrast cu aceste progrese, în cadrul optimizării materialelor în limba română pentru motoarele de căutare, s-a renunțat la scrierea cu diacritice, lucru epuizant în lectura unor poeme, de exemplu. Problema mixajului este exemplificată în literatură cu numeroase mostre. Foarte mulți utilizatori de calculatoare consideră că scrierea corectă cu diacritice este consumatoare de timp şi reduce din viteza de tastare. În acelaşi timp, scrierea cu caractere greşite pentru literele cu diacritice conduce la o incompatibilitate cu codurile recunoscute pe Web, astfel încât, până nu demult, pe multe dintre paginile Web scrise în limba română apăreau semne ciudate în loc de literele marcate cu diacritice.

86 *Ibidem*.
87 Imagine preluată de pe: http://www.capisci.ro/articole/Semnele_diacritice_din_limba_rom%C3%A2n%C4%83

IV.3. Tinerii și limba „tastată” în rețelele sociale

IV.3.1. *Rețeaua socială Facebook*

Deşi comunităţile online au precedat serviciul World Wide Web, acestea au căpătat anumite particularităţi la începutul anilor 2000. În această perioadă, două reţele de socializare se impuneau prin numărul mare de interacţiuni pe care membrii acestora erau deschişi să le realizeze: Classmates şi Friendster. Aceste reţele se dovedeau mult mai atrăgătoare faţă de forumuri. Nu mai exista o moderare strictă a discuţiilor, se introducea noţiunea de profil (*profile* – aşa cum apărea în concepţia Classmates), care putea fi completat cu numele şi prenumele reale ale utilizatorului, evitându-se astfel anonimatul, precum şi cu o serie de informaţii specifice, precum vârsta, anii de studiu şi apartenenţa la grupurile din cadrul reţelei, conform instituţiilor de învățământ pe care le-au frecventat împreună cu alţi membri. Asocierea cu foştii sau actualii colegi de grădiniţă, de şcoală primară, de liceu sau de facultate era principala atracţie a reţelei Classmates. Friendster a adus un grad de complexitate mai mare a conceptului de profil prin includerea datelor despre locul de muncă, hobby-uri sau filmele preferate. Deşi au apărut în Statele Unite, cele două reţele au crescut progresiv, extinzându-se mai întâi în Asia, apoi şi în restul lumii. După cinci luni de la lansare, Friendster număra trei milioane de utilizatori, ceea ce reprezintă, şi în contextul actual, un real succes. Se consideră că reuşita celor două reţele se datora modului liber şi declarat de exprimare pe care îl puteau avea membrii acestora.

Popularitatea explozivă a celor două reţele care au schimbat principiile comunităţilor online, înregistrată la mijlocul anilor 2000, s-a stins în 2009, când un top al celor mai apreciate spaţii sociale virtuale indica dispariţia lor rapidă chiar şi de pe ultimele locuri în preferinţele utilizatorilor. Alte reţele s-au impus, inovând şi elaborând permanent conceptul de profil. Mulţi utilizatori părăsesc Classmates sau Friendster pentru reţele mai atractive, precum MySpace, Twitter, Facebook sau LinkedIn. Conform clasamentelor realizate de către compete.com şi comScore, în 2009 și a statisticilor oferite de companiile care deţineau reţele de socializare, Facebook domina spaţiul Web, cu 350 de milioane de utilizatori, urmat de MySpace, cu 125 de milioane. Cele două reţele fruntaşe au intuit mai bine conceptul de comunitate online globală, un domeniu extrem de greu de articulat în continuare şi plin de neprevăzut. Dacă MySpace era cea mai de dorit reţea între 2006 şi 2008, pentru libertatea de personalizare a profilurilor, Facebook o detrona în 2008 cu profiluri standard care s-au păstrat, în mare, până astăzi.

Dana Boyd, profesoară a Universităţii Harvard şi cercetătoare la Institutul Microsoft Research Center, lega în teza sa, *Taken Out of Context: American Teen*

Sociality and Networked Publics[88], reţelele sociale de conceptul sociologic de *homophily*[89]. Migrarea către anumite reţele sociale ale unui individ este guvernată de migrarea înregistrată în rândul prietenilor săi, mediul online nefiind, pentru autoare, un loc al relaţiilor la întâmplare. Apartenenţele la anumite grupuri, simpatiile formate pe bază de preferinţe şi pasiuni, precum şi diviziunile sociale sunt reproduse în cadrul comunităţilor din aceste reţele sociale.

Interacțiunea online din cadrul rețelei sociale Facebook a depăşit în frecvenţă utilizarea e-mail-ului. Deşi crearea unui cont este gratuită, indiferent dacă este vorba de un cont personal sau unul de administrare a unei afaceri, datele personale strânse (**figura 43**) permit menţinerea unor servicii de publicitate în cadrul reţelei ce aduce beneficii financiare companiei care o întreţine şi o administrează.

Informaţii de bază	Informaţii personale	Date de contact	Educaţie şi loc de muncă
Sex Data naşterii Locul naşterii Domiciliul actual Membrii familiei Stare civilă Religie Afiliere / Viziune politică	Activităţi Interese Muzică, programe TV, filme sau cărţi preferate	E-mail ID pentru canalul de mesagerie instant folosit Număr telefon mobil Număr telefon fix Adresă Oraş Sector / Cartier Cod poştal Site web / Blog	Universitate Liceu Angajator (poziţia ocupată, descrierea postului, perioada de lucru, oraşul)

Fig. 43. Datele personale ale unui profil de Facebook

Un utilizator poate să completeze aceste câmpuri cu informaţii reale (o lege relativ recentă cu aplicare în Uniunea Europeană obligă la acest lucru) şi să le facă publice integral sau parţial, ori poate completa datele în integralitatea lor, însă poate publica numai ce consideră că este relevant pentru ceilalţi utilizatori. „Facebook beneficiază de imense baze de date demografice, psihografice şi comportamentale adăugate şi actualizate permanent, chiar de către utilizatorii care se auto-expun astfel tuturor ofertelor de marketing şi publicitate cu care companiile îi bombardează pe Internet. În acest domeniu Facebook rivalizează doar cu Google

88 Dana Boyd, *Taken out of Context: American Teen Sociality and Networked Publics*, p. 198, http://www.danah.org/papers/ExtremeDemocracy.pdf, accesat în 12 martie 2013.

89 „apropierea faţă de semeni”, într-o adaptare aproximativă.

şi Yahoo, giganţi online care adună în rapoarte oricâte informaţii furnizează utilizatorii şi pe care le folosesc în scopuri publicitare proprii sau le vând companiilor care ar cheltui mult mai mult timp (nu neapărat şi mai multe resurse financiare) încercând să construiască propriile baze de date”[90].

Companiile prezente în cadrul reţelei urmăresc să ajungă la utilizatori, îşi doresc ca aceştia să genereze conţinut (*UGC* sau *User Genereted Content*[91]) care să stârnească interesul şi curiozitatea în jurul mărcii lor. Generarea de conţinut şi reacţiile la acestea (*Like*, *Comment*, *Share*) reprezintă noul mod de comunicare online, asupra căruia vom opera, în lucrarea de faţă, o serie de analize lingvistice.

Pe lângă particularităţile specifice, Facebook integrează servicii Internet cu tradiţie. Grupurile Facebook sunt servicii asemănătoare cu grupurile de discuţii apărute odată cu Internetul. Cu un design şi o serie de caracteristici noi, grupurile prezintă avantajul relaţiilor mai strânse dintre membri, bazate pe mai multe interese comune. Grupurile se pot dovedi extrem de utile într-o cercetare aplicată.

Mesageria privată este un alt serviciu inclus în cadrul reţelei, care se substituie e-mail-ului rapid (sincron) între utilizatori.

Cu ajutorul serviciului *Events* (Evenimente) se poate crea o pagină dedicată unui eveniment public care urmează să aibă loc. Pagina oferă informaţii despre eveniment, menţionează coordonatele spaţiale şi temporale (dată, oră, loc) şi este disponibilă pentru editări permanente. Scopul principal al acestei unelte este de a populariza un eveniment real şi de a afla numărul de posibili participanţi la data desfăşurării evenimentului. Această din urmă particularitate are o marjă de eroare considerabilă, numărul participanţilor înscrişi la eveniment fiind, de cele mai multe ori, mai mare pe Facebook, decât în momentul desfăşurării evenimentului în sine.

Twitter este serviciul care a revoluţionat modul de comunicare online şi care, prin natura sa, s-a corelat perfect cu era Web-ului mobil. Serviciul prin care eşti constrâns să transmiţi mesaje în micro-însemnări de maxim 140 de caractere, denumite *tweets* („ciripeli”) a fost adoptat la scară mondială. Serviciul a devenit extrem de popular în momentul în care trusturile de presă şi-au înregistrat conturi instituţionale şi au demarat genul micro-jurnalismului, un gen de impact major. Scos pe piaţă de compania Obvious, Twitter a dat un nou sens întrebării „Ce faci?”. Lansat în 2006, Twitter s-a prezentat la început ca un serviciu gratuit de socializare care permitea utilizatorilor săi să trimită actualizări bazate pe texte nu mai mari de 140 de caractere. Serviciul s-a transformat treptat într-un instrument de *microblogging*, adoptat rapid de utilizatorii lumii. În anul 2007, reţeaua era deja consacrată prin numărul mare de membri (peste un milion). Astăzi, cu suport pentru link-uri şi imagini, Twitter se prezintă ca un sistem robust, utilizat la scară globală în comunicarea online. Utilizările sale principale sunt grupate în jurul unor

[90] Treadaway Chris, Smith Mari, *Facebook Marketing an hour a day,* Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2010, p. 77.

[91] Alexandru-Brăduț Ulmanu, *Cartea fețelor*, Humanitas, 2011, p. 32.

activităţi de promovare a imaginii personale, profesionale, a persoanelor publice sau a produselor, în relaţii publice şi studii de marketing, în campaniile politice, ca platformă de socializare între profesioniştii din varii domenii, în educaţie − locul în care a fost adoptat ca mediu virtual de colaborare, în mass media etc.

Potrivit Nielsen / NetRatings, în 2005, site-urile cu cel mai mare potențial erau cele vizitate de tinerii cu vârste cuprinse între 12 și 24 de ani. Toate aceste site-uri aveau în comun câteva caracteristici, precum posibilitatea utilizatorilor de a crea și de a distribui conținut, oferind o bază pentru gruparea și constituirea unei legături puternice între membrii comunității online.

Craig Watkins, ca membru al unei mici echipe de cercetare, a intrat în contact cu tinerii de pe MySpace, dorind să înțeleagă − în urma rezultatelor colectate prin formulare, interviuri, chestionare, focus-grupuri − de ce au îmbrățișat tinerii cu atâta ardoare media socială și tehnologiile mobile[92]. Echipa se aștepta să constate că acțiunea prin care tinerii au mutat majoritatea activităților lor în mediul online reprezenta, de fapt, un nou stil de viață. Într-o perioadă destul de scurtă, principala activitate online a tinerilor a devenit comunicarea cu prietenii, cu colegii de clasă sau cu alte cunoștințe. Celelalte interese ale tinerilor au fost cele de „management” al vieții lor cotidiene, legăturile personale și profesionale, crearea și menținerea unei identități culturale și conectarea cu oamenii din jurul lor.

Odată prinși în aceste activități de participare în rețelele sociale, majoritatea tinerilor nu și-au mai putut recunoaște viața de dinaintea acestor platforme online, în timp ce alții au simțit o presiune în a lua parte la activitățile online pentru a nu fi excluși din punct de vedere social, prin neparticipare sau izolare.

„Am realizat rapid că dacă nu ai un cont pe Facebook este ca atunci când nu ai avea telefon mobil. Iar dacă nu ai telefon mobil ești complet rupt de oamenii din jurul tău. Sună, într-adevăr, trivial, dacă stai să te gândești. La ce a ajuns societatea?”[93] spunea unul dintre tinerii chestionați.

Însă, cu siguranță, cei mai mulți tineri au dorit să fie parte a comunităților mediate de calculator, din dorința de a-și dubla sau a-și extinde orizonturile și numărul prieteniilor offline. Însă, adevărata rațiune din spatele acestei migrații înspre mediul online o reprezintă ceea ce autorul a numit „life-sharing”[94], posibilitatea oferită de platformele online de detaliere a momentelor vieții în fața

---

[92] Craig S. Watkins, *The Young and the Digital. What the Migration to Social-Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere,* Media Means for Our Future, Beacon Press, Boston, 2000, p. xiv.

[93] Traducerea noastră a citatului: „I quickly realized if you don’t have a Facebook [page], it’s like not having a cell phone. And if you don’t have a phone, you are totally cut off from the people around you. After a few seconds of self-reflection, Kevin added «It sounds really shallow, come to think of it. What has our society turned into?»”, în Craig S. Watkins, *op. cit.*, p. xvii.

[94] *Ibidem*, p. xviii.

celorlalți prieteni sau cunoștințe care fac, de asemenea, același lucru. Această posibilitate unică a tehnologiilor Web, care s-au impus, deja, drept câștigători în rândul formelor de media, au împins în jos popularitatea televiziuni, principala atracție media a secolului trecut. În același timp, dacă critica televiziunii a înregistrat lucrări exemplare în rândul mai multor specialiști, despre efectele nocive ale noilor tehnologii nu se cunosc încă foarte multe date concludente. În această critică, orice idee este, deocamdată, o prezumpție. Se poate doar anticipa că, așa cum spun unii critici[95], prin aceste permanente inovații tehnologice, oamenii se vor distanța din ce în ce mai mult unii de ceilalți. „[...] Cetățenii sunt încurajați să găsească relaxarea, distracția, compania și chiar siguranța, aproape în exclusivitate în intimitatea propriilor case care au devenit, astfel, mai mult un refugiu din societate decât o conexiune către aceasta”[96]. Cu toate acestea, majoritatea utilizatorilor care intră în Internet de acasă o fac cu intenția clară de a comunica cu semenii lor.

În alt sens, se constată clar că nu poate fi vorba despre comunicare mediată decât pentru utilizatorii aceleași platforme, de exemplu Facebook. Utilizatorii Facebook nu pot comunica, și poate că nici nu doresc să comunice, cu utilizatorii altei platforme, de exemplu cu utilizatorii MySpace, priviți acum cu condescendență, fiind considerați mai puțin educați și dezirabili. Comunicarea poate avea loc în acele puține cazuri când există tineri care au conturi pe ambele platforme.

Dezbaterile despre utilizarea ubicuă a calculatoarelor, care i-a preocupat pe specialiști în ultimii ani, continuă atât pentru a constata care sunt beneficiile schimbării modului de viață cotidiană, cât și pentru a identifica riscurile care survin asupra indivizilor odată cu aceste schimbări.

IV.3.2. *Observații asupra mediului virtual de comunicare în crearea și păstrarea identității*

În condițiile satului global, în care rețeaua World Wide Web se dovedește confortabilă din perspectivele interacțiunii și comunicării, procesul de comunicare a suferit o alterare, pentru că, în lipsa contactului direct, înlocuit cu cel mediat de calculator, se practică un joc al măștilor, în defavoarea interacțiunii sociale „sănătoase”[97]. Alina Gheorghiu consideră că acest lucru prezintă pentru tineri cele

[95] Ray Oldenburg, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, New York, Paragon House, 1989.

[96] *Ibidem*, p. 13.

[97] Alina Gheorghiu, *Building One's Self in the Context of Online Interactions*, în Monica Barbovschi, Maria Diaconescu (ed.), *Teenagers' Actions and Interactions in Central and Eastern Europe. Potentials and Empowerment, Risks and Victimization*, Cluj University Press, 2008, p. 56.

mai mari riscuri, unui adolescent fiindu-i greu în a-și construi o identitate clară, pe care să nu fie necesar să o recreeze de fiecare dată când are o discuție pe chat cu un nou utilizator. Autoarea îmbrățișează ideile unor psihologi și sociologi, precum Craig Brod sau Joseph Weizenbaum, care avertizau asupra individului centrat pe tehnologie și a ultimei faze de dezumanizare cauzată de calculatoare.

Cercetarea se bazează pe analiza conversațiilor camerelor de chat, naționale și internaționale, pentru a depista cele mai populare subiecte de discuție, cele mai întâlnite atitudini, precum și tonul general al interacțiunii online[98]. Toată această monitorizare a fost dublată, apoi, de interviuri cu adolescenți și tineri cu vârste cuprinse între 14 și 17 ani, care folosesc des Internetul și serviciul de chat pentru a dialoga cu alți oameni.

S-a constatat că intervențiile lor online sunt extrem de îndrăznețe și că majoritatea mint în legătura cu vârsta lor. În plus, s-a dovedit că unii dintre tinerii intervievați își creează un profil cu totul nou pentru a-și suplimenta profilul cu o serie de realizări și trofee pe care, în viața reală, nu le stăpânesc cu adevărat. Autoarea propune termenul de „deficiență de identitate” pentru a denumi aceasta tendință.

Datele statistice prezentate consolidează preferința adolescenților și tinerilor pentru mediul online, Facebook, MySpace, Hi5 și serviciile de mesagerie instant fiind principalele puncte de atracție, unde aceștia își petrec numeroase ore. Adolescenții sunt, cu precădere, considerați o categorie de utilizatori vulnerabili, prin prezența online, pentru că nu au dezvoltată capacitatea prin care să poată distinge, cu adevărat, între real și virtual sau să poată emite judecăți de valoare.

Potrivit *Dicționarului Cambridge Online*, identitatea se referă la „cine este o persoană sau [care sunt] calitățile unei persoane sau ale unui grup care îl diferențiază de ceilalți”[99]. Identitatea personală se făurește pe diferențe culturale, etnice, religioase și de gen, care sunt integrate în sistemul de valori intern, în timp ce apartenența de grup se fundamentează pe reguli și principii clare, prin însușirea unei identități etnice. Fiecare dintre aceste caracteristici prescriu un anumit comportament, din care fac parte și stilul personal și strategiile de interacțiune. În momentul în care interacțiunea virtuală este principala formă de interacțiune pentru tineri, controlul de sine se întemeiază pe realități virtuale. Același lucru se întâmplă cu ID-ul online, majoritatea tinerilor folosind adrese e-mail care nu pot fi asociate cu vreun nume sau prenume, precum și în cazul numelui de utilizator, cele preferate fiind cele care conțin nume de animale, adjective descriptive, substantive care descriu emoții etc. Autoarea arată că un utilizator cu id-ul „lost prophet” poate fi o persoană care vrea să fie considerată înțeleaptă și misterioasă, în timp ce „sweetlove88” poate indica o tânără fată care e foarte emotivă și, mai degrabă,

[98] *Ibidem*, p. 58.
[99] http://dictionary.cambridge.org/

naivă[100]. Din aceste considerente, este ușor de înțeles de ce ID-ul creează identitatea online a unei persoane, fiind ceea ce numele reprezenta, cândva, în lumea reală.

Observațiile asupra mediului virtual de comunicare remarcau cum componenta non-verbală este suspendată alături de aspectele paralingvistice, în timp ce interacțiunea verbală este transformată în text după criteriul tastării cât mai rapide. Din acest motiv, scurtările de cuvinte sau omiterile semnelor de punctuație sunt omniprezente. Mai mulți autori remarcau că procesul de comunicare este redus la un minimum funcțional. Utilizarea emoticoanelor încearcă să reducă din posibilitățile de interpretare eronată sau de minare a relațiilor, deși, și acesta este un semn-standard, care nu poate reproduce multitudinea de forme și semnificații ale unui zâmbet natural, de exemplu. Se realizează, astfel, un mediu al interacțiunii superficiale, în timp ce potențialul de comunicare online este afectat, prin utilizarea frazelor fixe și a emoticoanelor predefinite. Autorii[101] atrag din nou atenția asupra riscurilor pe care le impune această formă de comunicare pentru adolescenți, etapă în care gândirea și strategiile de comunicare sunt interconectate.

IV.3.3. *Materialitatea comunicării în cadrul rețelelor sociale*

Conținutul și aspectele relaționale ale comunicării sunt două axiome ale pragmaticii comunicării. Un studiu întreprins de Watzlawick și alți cercetători, din cadrul Institutului de Cercetare Mentală de la Palo Alto, a demonstrat că, în timp ce conținutul este de natură digitală (se utilizează cuvinte și alte semne sau simboluri în funcție de sintaxa unei anumite limbi), aspectele relaționale sunt transmise în manieră analogică (mișcare, postură, gesturi, mimică, ritm și frecvența cu care cuvintele sunt exprimate)[102].

Astfel, mai mulți cercetători constată că, în cadrul comunicării mediate de calculator, componenta analogică are de suferit, în momentul în care este digitalizată, mai exact, atunci când procesul de comunicare se petrece online. Acest lucru este mai puțin adevărat, iar gradul de generalizare este periculos, atunci când serviciile video permit ca ambii utilizatori să poarte o conversație față în față. În orice caz, din conversația unu-la-unu, indiferent de serviciu, comunicarea non-verbală lipsește sau este înlocuită de simboluri grafice și convenții de scriere predefinite. De asemenea, este absentă empatia, care se poate manifesta total doar în cazul prezenței fizice a interlocutorilor sau relativ în cazul mesageriei video.

[100] Alina Gheorghiu, *op. cit.*, p. 63.
[101] *Ibidem*.
[102] P. Watzlawick *et al.*, *Pragmatics of Human Communication, A study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*, Mental Research Institute Palo Alto California, New York: W. W. Norton & Company Inc., *apud* Maria Diaconescu, *Face to Face & without Face and Sound: Offline & Online Interaction* în Monica Barbovschi, Maria Diaconescu (ed.), *op. cit.*, p. 63.

Maria Diaconescu arată că, indiferent dacă relația este tema centrală a comunicării, așa cum afirmă echipa de cercetători de la Palo Alto, limba digitalizată este aproape lipsită de semnificație[103]. În câmpul analogic, este greu de menținut o minciună, câmpul analogic fiind încărcat cu autenticitate, în timp ce în plan digital apar o serie de incongruențe și discrepanțe între intenția cu care ceva este spus și receptarea celor spuse.

IV.3.4. *Semantică și sintaxă în cadrul interfeței Facebook: noi parametri lexicali ai exprimării de sine*

Varianta lingvistică folosită online de utilizatori nu este singura entitate lingvistică care poate face obiectul unui studiu. Elemente lingvistice sunt întrebuințate la realizarea interfeței platformei online de către programatori. Este și cazul Facebook, al cărui lider, Mark Zuckenberg, anunța, la sfârșitul lui 2011, introducerea verbelor în cadrul interfeței Facebook, ca o modalitate a utilizatorului de a se „conecta la orice în oricare mod dorește”[104].

Ben Zimmer alocă spațiu unei analize asupra modului în care s-a degradat înțelesul al două cuvinte abuzate de interfața Facebook: „friend (prieten)” și „like (a plăcea)”. În timp ce prietenul a fost redus la orice cunoștință online, indiferent de grad, pe care un utilizator o putea adăuga în lista sa de contacte sau chiar o putea șterge, în funcție de atmosfera alianțelor sale, și verbul „to like” (a plăcea) și-a pierdut semnificația. Acesta din urmă a devenit, după cum am văzut, și substantiv, prin care se manifestă o opțiune de apreciere asupra oricărei intervenții din rețeaua socială (**figura 44**).



Secțiunea A, Item 26 – Verbul *like* devenit substantiv. Memă care valorifică modelul afișului motivațional tipărit de guvernul britanic înainte de izbucnirea celui de-al Doilea Război Mondial.

Fig. 44. Verbul „like” devenit substantiv

[103] Maria Diaconescu, *Face to Face & without Face and Sound: Offline & Online Interaction*, în Monica Barbovschi, Maria Diaconescu (ed.), *op. cit.*, p. 87.

[104] Ben Zimmer, *The Rise of the Zuckerverb: The New Language of Facebook*, septembrie, 2011, The Atlantic (http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/09/the-rise-of-the-zuckerverb-the-new-language-of-facebook/245897/).

În limba română, Rodica Zafiu[105] arată că locuțiunea, provenită din limba engleză, pe filiera rețelei sociale Facebook, „a da like” ar fi neinteresantă din punct de vedere lingvistic, dacă aceasta ar fi utilizată în diverse publicații online doar în relație cu platforma online amintită. Însă autoarea întâlnește o serie de exemple de utilizare a locuțiunii în diferite situații, publicitare, electorale, de mișcare socială etc. În plus, ea remarcă situații de substantivare a formei verbale, în care sunt numărate și scoase în evidență „like-urile”, văzute ca opțiuni pozitive într-o alegere de un anumit fel.

Evoluții similare are, în utilizarea curentă, deși mai rar, antonimul „dislike”, cu toate că, pe Facebook, debifarea opțiunii este marcată de verbul „unlike”.

Într-un articol din 2011, Nikki Peters[106], pe socialmedia.com, arăta cum popularitatea rețelelor sociale a generat un volum impresionant de dialog despre Facebook sau Twitter, desfășurat în medii offline dintre cele mai diverse, la birou, pe stradă sau în cafenele. Datorită numeroaselor discuții, elemente lingvistice asociate cu rețelele de socializare ajunseseră în Dicționarul Oxford al Limbii Engleze[107]. „Re-Tweet” este un prim exemplu – un verb folosit pe platforma socială Twitter, care desemnează când un individ publică din nou, prin copiere, mesajul scris de alt utilizator (**figura 45**).



Fig. 45. „Retweet”. Exemplu de sintaxă a interfeței Twitter

În 2010, Zoe Kleinman analiza termeni ai jargonului informatic din limba engleză, regăsiți în diferite forme și în celelalte limbi. În limba engleză, în mod deosebit, i-au atras atenția termeni precum „rickrolling” – un termen care marchează o glumă în rețeaua 4chan – „lurker”, „troll” și „caps”. Intervievat asupra schimbărilor din limbă, David Crystal remarca, în același articol, mediul fascinant pentru limbă, reprezentat de Internet și afirma că „limba în sine se schimbă încet, dar Internetul a grăbit procesul modificărilor în limbă, care au

[105] Rodica Zafiu, *Păcatele Limbii: „A da like”*, 2012, „România Literară” (http://www.romlit.ro/a_da_like).

[106] Nikki Peters, *Social Media Language, Taking Over the Oxford English Dictionary*, 21 august 2011 (socialmediatoday.com, http://socialmediatoday.com/marketmesuite-app/340584/social-media-language-taking-over-oxford-english-dictionary).

[107] Oxford English Dictionary, http://www.oed.com/

devenit, astfel, mai ușor de remarcat”[108], pentru că Internetul este un loc în care utilizatorii abili jonglează în mod creativ cu termeni referitori la Internet.

Comparativ, în Ucraina, s-a dezvoltat chiar o variantă a limbii naționale pe bloguri, forumuri și alte platforme („padronkavskiy zhargon"), variantă în care cuvintele sunt scrise fonetic și care este utilizată pentru a marca nemulțumirea sau dezaprobarea față de alt comentator[109].

Rețelele sociale fac parte integrantă, acum, din viața cotidiană și nu e nicio mirare că se discută mult pe această temă, folosindu-se elemente lingvistice preluate chiar din profilul funcțional al acestor platforme sociale. Cu cât oamenii discută mai mult, cu atât mai populari devin acești termeni.

Al doilea termen pătruns în paginile celebrului dicționar este substantivul „Follower”[110] – cineva care urmărește o anumită persoană, un anumit grup sau o organizație în cadrul unei rețele sociale.

Autorii remarcau faptul că pătrunderea acestor termeni în prestigiosul dicționar, și poate și al altora ce vor urma, semnifică faptul că ei vor fi utilizați pentru foarte multă vreme de acum înainte; că au fost și, mai ales, că vor fi longevivi.

Întorcându-ne la limba engleză, autoarea menționa și dialectul-cult *LOLcat*, o captură a unei pisici, însoțită de un text scris, în mod intenționat, eronat și omofonia, în care literele sunt înlocuite cu numere, ca în programarea computerelor. David Crystal le numește jocuri lingvistice[111] (**figura 46**).



Secțiunea F, Item 19 – Limbaj *LOLcat* nedeturnat prin înlocuirea pisicii cu caricaturi umane (original).

108 Zoe Kleinman, *How the Internet is changing language*, BBC News Technology (http://www.bbc.co.uk/news/technology-10971949).

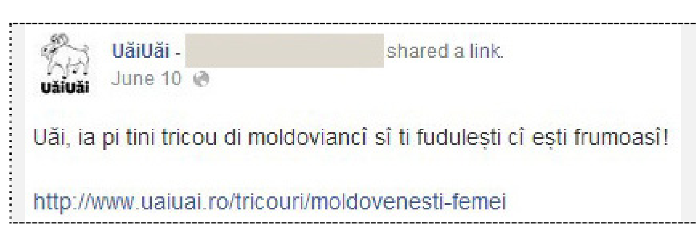
109 *Ibidem*.

110 „Someone who is tracking a particular person, group, organization etc. on a social media website or application: *she remains an immensely divisive figure, but she has a million followers on Facebook*” (http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/follower).

111 Crystal David, *Language and the Internet*, p. 78.



Secțiunea F, Item 4 – Memă actuală și joc de cuvinte între un produs culinar tradițional și versurile unei melodii a lui Snoop Dogg (*rapper* american).



Secțiunea C , Item 40 – Joc lingvistic de scriere fonetică a subdialectului moldovenesc.

Fig. 46. Exemple de limbaj *LOLcat* și jocuri lingvistice

În sfârșit, se atrăgea atenția și asupra mesajelor text, în care predomină abrevierile și acronimele forțate, care nu conțin vocale, dar despre proporția cărora s-a exagerat mult timp, ele reprezentând, de fapt, doar 10% din totalul mesajelor trimise în rețea, restul fiind scrise în integralitate.

Influența mediului informatic, iar apoi a Internetului, asupra limbii nu mai este o noutate. Un verb precum „to google" (a căuta informații în cadrul popularului motor de căutare) sau un substantiv precum „app" (care desemnează o aplicație software, un program, oricare program, utilizat pe dispozitive mobile) sunt câteva dintre cele mai populare exemple de pătrundere a unor elemente din jargonul informatic în limba comună.

Ultima „fardare" lingvistică a Facebook se petrece la alt nivel decât cel al adăugării de noi conotații anumitor cuvinte. Dimensiunile lingvistice sunt retrasate, cu ajutorul verbelor, pentru a crea o unealtă de expresie a relațiilor față de obiectele din jur. Acum, fiecare utilizator va putea spune, în mod clar, ce film urmărește, ce muzică ascultă, ce carte a citit, ce a mâncat la micul dejun. Este modul în care sunt satisfăcute curiozitățile specialiștilor în publicitate de a asculta povestea utilizatorilor. *Timeline*-ul, pagina de utilizator, devine, astfel, „povestea vieții tale". Alexis Madrigal a trasat, în câteva adjective, un mic tablou al poveștii personale

descrise cu ajutorul verbelor de pe noul Facebook: „complex din punct de vedere tehnic, dar simplist din punct de vedere gramatical, multimedia, deși nu foarte bogat" noul profil este „autobiografie creată fără efort estetic", „o poveste fără cuvinte"[112]. Redusă la schema „X (utilizator) Y (verb de acțiune) Z (obiectul acțiunii)", „povestea vieții tale" este un simulacru palid constituit din propoziții declarative (**figura 47**).



Secțiunea H, Item 20 – Interfață schematizată prin care utilizatorul își poate înregistra, în cadrul Facebook, momentele importante din viață, precum marcarea sfârșitului unei relații afective.

Fig. 47. Narațiunea personală schematizată de interfața Facebook. Propozițiile declarative

Probabil că nici nu se putea ajunge la mai mult, din momentul în care limba este utilizată pentru extragerea de date (*data mining*), iar nu neapărat pentru comunicarea naturală.

IV.3.5. *Facebook şi accesibilitatea lingvistică*

La doar câțiva ani după ce studentul Mark Zuckerberg lansa o nouă rețea de socializare cu o audiență foarte precisă (studenții facultăților afiliate grupului Ivy League), Facebook a devenit, pînă la urmă, accesibilă oricui dorea să se înscrie, iar site-ul a atins 65 de miliarde de vizualizări de pagină pe lună.

Deși a fost creat pentru o audiență restrânsă, Facebook a pătruns în cultura pop din întreaga lume. În acest moment se discută despre un minim necesar de interacțiune verbală şi de un nivel de adaptare la culturile locale care ar putea face din Facebook un real succes internațional. Tot în acest moment, nu s-au clarificat încă întrebările referitoare la succesul pe care rețeaua socială îl înregistrează în țări din întreaga lume. Un utilizator turc, vorbitor de engleză, spunea că, asemenea altor produse culturale americane importate, şi Facebook este un concept universal şi că oamenii nu îl percep ca pe un produs american. Utilizatorii din întreaga lume, localizează şi importă pe site propria cultură, manifestând interes pentru produse şi

[112] Ben Zimmer, *The Rise of the Zuckerverb: The New Language of Facebook*, septembrie, 2011, „The Atlantic" (http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/09/the-rise-of-the-zuckerverb-the-new-language-of-facebook/245897/).

aspecte culturale, începând de la limbă, obiceiuri locale, mâncare tradițională, criterii definitorii în cultura proprie.

Într-un registru opus, Alfredo de Hoces, un inginer spaniol care trăiește în Dublin, își exprima convingerea că deși Facebook este o rețea folosită universal, „îți poți da seama că este un produs american” pentru că în Statele Unite, crede el, relațiile sunt superficiale şi exhibiționiste și, prin urmare, într-o societate condusă de consumerism, „trebuie să ai mai mulți prieteni şi să primești mai multe 'daruri' decât ceilalți”[113].

Indiferent de varietatea geografică din care provin interlocutorii cu care se poartă o discuție despre Facebook, este cert că nicio altă rețea locală nu a putut oferi atât de multe (din puncte de vedere vizual, din perspectiva securității profilului sau al socializării) precum Facebook.

Cu siguranță, un factor de sporire a succesului internațional este, de departe, accesibilitatea lingvistică şi disponibilitatea multilingvistică a site-ului. Dacă ar exista versiuni în majoritatea limbilor, pentru majoritatea țărilor, succesul rețelei de socializare ar fi cu mult mai mare, luând în considerare că, în acest moment, mulți utilizatori au dorit să își facă un cont, dar nu au putut trece peste barierele lingvistice ale limbii engleze.

IV.3.6. *Narațiune și discurs pe Facebook. Eul cotidian*

Cercetări asupra discursului mediatic au arătat că acesta funcționează ca o „narațiune socială coerentă care induce problematici și ierarhii tematice”[114]. Produsele mediatice sunt încărcate de „reprezentări sociale, curente socio-culturale și moduri de viață”[115]. O dimensiune fundamentală a discursului mediatic este intertextualitatea mediilor. Dacă ținem seama de conținutul generat de utilizatorii români pe Facebook și analizăm o serie de itemi, remarcăm un segment mare de intervenții online care glosează, trimițând direct cititorul interesat spre articole din media online, din afara rețelei sociale (**figura 48**).

---

113 Jennifer Woodard Maderazo, *The Universal Language of Facebook*, MediaShift.com, http://www.pbs.org/mediashift/2007/12/the-universal-language-of-face, accesat pe 12 februarie 2013.

114 Daniela Rovența-Frumușani, *Analiza discursului. Ipoteze si ipostaze*, București, Editura Tritonic, 2004, *apud* Luminita Hoarță-Cărăușu, *Retorică și pragmatică publicistică*, „Philologica Jassyensia”, An IV, Nr. 1, 2008, p. 49.

115 *Ibidem*, p. 49.



Secțiunea G, Item 6 – Sintaxă Facebook cu hypermedia (link la un clip de pe Youtube).

Fig. 48. Exemplu de distribuire de articole media, prin trimiteri hyperlink

Și în intervențiile utilizatorilor se pot constata o serie de locuțiuni sau proverbe, expresii idiomatice ori fraze populare, în mod text sau ca parte a memelor, în sumar, acele elemente frazeologice care constituie discursul repetat, la care se face referire ca la o „enciclopedie a unei anumite comunități de limbă și cultură, segmente relativ fixe care constituie părți de discurs ce se pot insera în noi discursuri; emițătorul care recurge la un segment repetat recurge la această enciclopedie și citează un segment din aceasta, atribuindu-i un anumit sens, anumite conotații (stilistice, sociale, geografice ș.a.m.d.) și o anumita valoare pragmatică”[116] (**figura 49**).



Secțiunea C, Item 31 – Exemplu de utilizare a discursului repetat; parafrazare din *Hamlet* (W. Shakespeare).

[116] Harieta Topoliceanu, *Discursul repetat în publicistica românească și italiană. Preliminarii pentru un studiu privind discursul repetat în textul jurnalistic italian*, în D. Irimia (coordonator), *Limba română azi*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, pp. 457-458, *apud* Luminița Hoarță-Cărăușu, *op. cit.*, p. 50.



Fig. 49. Exemplu de utilizare a discursului repetat; parafrazarea unor elemente frazeologice din operele unor scriitori

Elemente de discurs repetat apar în intervenţiile publicate pe Facebook, care nu sunt structurate ca în celelalte medii, pe baza unui supratitlu, titlu, subtitlu, întrucât mediul de comunicare nu permite o astfel de structură[117], ceea ce determină ca anumite discuţii să nu facă parte din cercetarea de faţă. Rolul paratextului în a demarca un text faţă de celelalte texte[118] de pe aceeaşi pagină este preluat de aşezarea şi de reprezentarea grafică miniaturizată a articolului media citat, care se distinge prin titlu, ceea ce Maria Cvasnîi Cătănescu ar numi „peritextul editorial nonverbal”, cu rol de separaţie prin artificii „tipografice” şi componenta iconică (**figura 50**).



Fig. 50. Structura grafică a unui *status update* în cadrul Facebook

117 Despre forma enunţurilor cu elemente de discurs repetat se poate consulta lucrarea lui Stelian Dumistrăcel, *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentaţia instituirii comuniunii fatice prin mass-media*, Editura „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi, 2006.

118 Maria Cvasnîi Cătănescu, *Retorica publicistică. De la paratext la text*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, p. 7, *apud* Luminiţa Hoarţă-Cărăuşu, *Retorică şi pragmatică publicistică*, în „Philologica Jassyensia”, An IV, Nr. 1, 2008, p. 51.

O serie întreagă de acțiuni de pe Facebook, făcute dintr-o anumită inerție (tehnologică, doar pentru că există opțiunile respective și pentru că nu foarte mulă lume ia în serios mediul virtual) pot fi purtătoare de semnificații multiple. O serie întreagă de oameni comunică prin acțiunea „poke" (acțiunea de împinge o persoană cu degetul arătător)[119], iar gestul lor poate fi interpretat ca un salut non-verbal, ca un gest de flirt sau ca o metodă de reamintire, de obicei dacă a fost făcută o anumită cerere în prealabil.

Alt mod de comunicare este publicarea rezultatelor diferitelor teste pe pagina de Facebook, prin care se poate urmări proiectarea unei anumite imagini sau credința că respectivele întrebări vor afișa un răspuns care va identifica anumite puncte cheie în personalitatea evaluatului. Dacă la un test conceput pentru fete sau femei, răspund bărbați care afișează rezultatele pe pagina profilului lor, atunci în mod sigur afișează o atitudine sarcastică. Pentru D. E. Wittkower[120], tocmai în această ambiguitate rezidă fascinația pentru rețeaua de socializare. În această ambiguitate, fiecare utilizator poate da ce înțeles dorește acțiunilor sale, verbale sau non-verbale, iar omul, ca animal social, este imbatabil la crearea de semnificații prin interacțiunea socială. În această privință, fiecare utilizator de pe Facebook contribuie la găsirea semnificațiilor propriilor acțiuni care, la rândul lor, determină ce este Facebook și ce semnificație are.

Comunități pe Facebook intenționate și neintenționate

Rețeaua care înregistrează în 2014 atâtea zeci de milioane de utilizatori este un fenomen global extrem de important. Opiniile celor care participă și care au cont sunt dintre cele mai diverse. În timp ce unii consideră că rețeaua facilitează păstrarea unor legături sociale, alții reproșează că în tot acest timp au fost propagate atitudini narcisiste. Dacă pentru unii Facebook contribuie la dezvoltarea conceptului de sat global introdus de Marshall McLuhanpentru alții reprezintă un motiv de izolare deghizată. Urmând un celebru citat sartrian, autorul consideră că există atâtea neînțelegeri și atâtea opinii diverse tocmai pentru că nu există un singur fel de Facebook, ci „foarte multe Facebook-uri diferite"[121]. Acest lucru se poate vedea nu numai în sensul strict al perspectivei tehnice (pe pagina de profil a fiecăruia, un generic unic, cotidian, al conținutului generat de fiecare utilizator), ci și într-un sens mai amplu, filosofic, după ce se constată că rețeaua de socializare este populată de oameni dintre cei mai diverși și de grupuri diferite (cu identități diferite, cu valori diferite) care discută, apreciază, critică acest conținut generat cotidian, fiecare în manieră personală.

---

119 „Poke" = „to push a finger or other pointed object quickly into someone or something", Cambridge Dictionaries Online, http://dictionary.cambridge.org/ dictionary/british /poke_1?q=poke

120 D. E. Wittkower (ed.), *Facebook and Philosophy*, Open Court, Chicago and La Salle, Illinois, 2010, p. xxii.

121 *Ibidem*, p. xxiii.

Și chiar dacă nu tot conținutul generat este întotdeauna important pentru o anumită persoană, prin semnificație, ci numai prin faptul că între cel care a generat conținut și cel care l-a receptat există o relație de prietenie sau un alt tip de relație, Facebook oferă posibilitatea de conectare cu un grup mare de oameni care sunt deja interesanți și valoroși sau cu alții care pot fi descoperiți pe parcurs. Însă, ca o oglindă specială a societății contemporane, nu tot ceea ce se reflectă despre societatea zilelor noastre este plăcut, reconfortant, odihnitor.

Facebook este în aceeași măsură de neplăcut pe cât este de neplăcută o comunitate. Unii apreciază faptul că au posibilitatea să relaționeze numai în cadrul unui anumit grup, ai cărui membri sunt uniți de păreri similare, în timp ce alții sunt exasperați de expunerea zilnică la subiecte și mărturii ale unor membri pe care îi consideră consideră limitați, enervanți sau plictisitori. Este vorba despre posibilitatea de a distinge între comunitățile intenționate și cele neintenționate. Oamenii au preferat întotdeauna ca opiniile lor să găsească un ecou aprobator și încurajator, deci au fost mereu înclinați către oameni cu idei asemănătoare cu care să stabilească așa-numitele comunități intenționate. Cass Sunstein[122] a preluat termenul de „The Daily Me” (Eul meu zilnic) de la Nicolas Negroponte, pentru a sesiza că, atunci când toate conversațiile pe care le poartă cineva găsesc în opiniile celorlalți o cameră de rezonanță, se pierde opoziția critică prin care orice individ trebuie să își reactualizeze propriile credințe și valori, pentru a-și corecta imaginile deformate pe care le are asupra lumii sau pentru a verifica dacă, în mod real, credințele formulate sunt întemeiate. Această izolare sau privire monocromatică face rău individului și relațiilor dintre indivizi, chiar democrației, într-un sens mai amplu, pentru că privează oamenii de dezbaterile de idei. Posibilitatea de a crea pe Facebook grupul în care toți membrii sunt de acord mereu cu noi este un lucru nociv, așa cum sunt concentrate aceste aspecte negative în conceptul lui Cass Sunstein. William Deresiewicz oferă o viziunea critică asupra prieteniei, ca tip de relație modernă[123], afirmând că, odată cu dezvoltarea tehnologică, oamenii au început să își poată alege grupurile din care doresc să facă parte. Astfel, comunitățile neintenționate de odinioară au devenit din ce în ce mai controlabile. Mașina, tiparul, Internetul au fost invenții care au îndepărtat individul de la comunitatea de oameni din imediata vecinătate și chiar din orice vecinătate, individul devenind selectiv în relația cu diferiți membri ai unor diferite comunități, fapt care îl împinge, din nou, spre slăbiciunile invocate de „eul cotidian”. La polul opus, critica se poate îndrepta spre permanenta disponibilitate de a fi ușor de găsit, de a fi întrebat și expus la relații oarecare, prin prezența pe diferitele platforme de socializare. Nu ar fi corect ca între aceste două probleme, cea a eului cotidian și cea a disponibilității continue, rețeaua de socializare Facebook să fie aruncată la

[122] Cass Sunstein, *Republic.com*, Princeton N.J.: Princeton University Press, 2001.
[123] William Dereseiwicz, *Faux Friendship*, în „Chronicle of Higher Education” (6 decembrie, 2009), http://chronicle.com/article/Faux-Friendship/49308

mijloc, pentru că aceste probleme existau cu mult timp înainte. Dar aceste concepte nici nu trebuie neglijate, pentru că reprezintă, în continuare, probleme psiho-sociale importante.

În rețeaua de socializare Facebook, utilizatorii sunt cu adevărat în centrul atenției. Există o doză din ce în ce mai mare de conținut publicitar care a câștigat teren, cuantificând raportul dintre cele două tipuri de conținuturi, dar tot oamenii ocupă locul principal.

Într-un studiu din 2009, Homero Gil de Zúñiga și Sebastián Valenzuela[124] au aplicat un număr important de chestionare unui eșantion larg de utilizatori de Facebook din Statele Unite, din toate categoriile sociale, cu vârste și profesii diverse și au constatat că cei mai mulți oameni se conectează pe Facebook pentru a menține contactul cu familiile și prietenii. Raportul dintre principalele motive se pot vedea în graficul următor (**figura 51**):

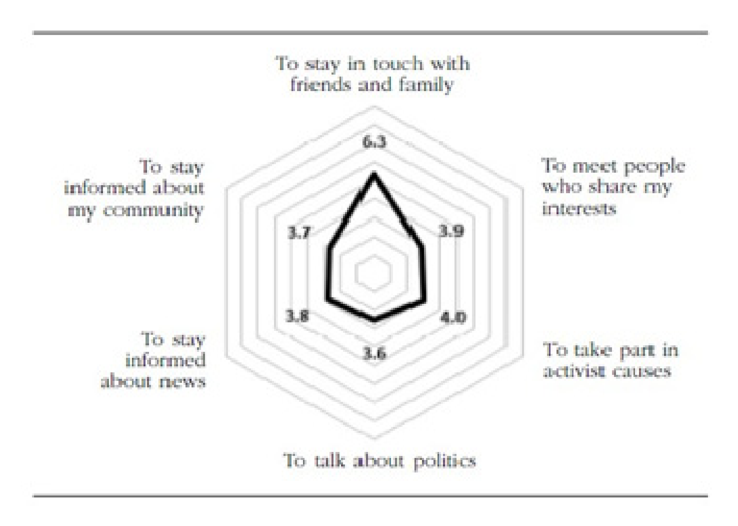


Fig. 51. Motivele în utilizarea platformelor sociale online
(sursa: Homero Gil de Zúñiga, Sebastián Valenzuela)

Abrol Fairweather și Jodi Halpern[125] creează un exercițiu de imaginație atunci când îl transpun, cu secole în urmă, pe individul care astăzi narează, la timpul prezent, în diferite momente ale zilei, despre tot ceea ce face, ce crede, ce i-a plăcut, plasează invitații și reflectă, în scris, la evenimentele și oamenii din jurul său, publicând această narațiune pe pagina de Facebook. Pentru a explica importanța acestei narațiuni și a procesului psihologic care se desfășoară atunci

[124] Homero Gil de Zúñiga, Sebastián Valenzuela, *Who Uses **facebook** and Why?*, în D. E. Wittkower (ed.), *op. cit*., pp. XXXI-XXXVII.

[125] Abrol Fairweather, Jodi Halpern, în *Who Uses **facebook** and Why?*, în D. E. Wittkower (ed.), *op. cit*, p. 191.

când cineva generează conținut pe Facebook, autorii pornesc de la cele două truisme aristotelice asupra naturii umane (omul ca animal curios și ca animal social) pentru a ajunge la ceea ce David Hume numea „principiile benevole ale structurii noastre”[126], adică impulsul înnăscut de a ne identifica cu experiențele celorlalți. În teoria sa despre simpatia naturală, Hume descrie principiile fundamentale ale curiozității sociale ale omului. Prin intermediul actualizărilor de pe Facebook (*status updates*), se pun în mișcare, de fapt, principiile fundamentale ale naturii umane, așa cum este aceasta înțeleasă în opera lui Hume, cel care a pus bazele filozofiei moderne. Simpatia naturală este, în fapt, un pact sentimental, încheiat între indivizi, o regăsire sentimentală pe care un individ o are față de un alt individ. Această simpatie se manifestă plenar față de persoanele care ne sunt dragi sau la care ținem. Dacă față de familie există ceea ce Hume numește „o simpatie interesată” față de sentimentele umane, în general, există o simpatie dezinteresată a fiecăruia dintre noi. Hume notează, însă, că simpatia dezinteresată are o influență destul de scăzută asupra comportamentului uman și că se manifestă față de persoane și evenimente la care nu ținem, în adevăratul sens al cuvântului.

Actualizările de stare (*status updates*) exprimă o sumă de experiențe omenești: emoții, gânduri și judecăți de valoare ale prietenilor din rețeaua socială. Astfel, se manifestă simpatia naturală, deși termenul de „friend”, prieten, este folosit pentru a defini orice utilizator cu care stabilim o relație tehnică, iar nu neapărat faptul că toți utilizatorii pe care îi avem în lista de utilizatori pe Facebook ne sunt cu adevărat prieteni. Și, chiar dacă fiecare utilizator proiectează câte o lumină din lumea proprie, care nu privește, uneori, pe nimeni în mod specific, „procesul simpatetic” de care vorbește Hume apropie sentimentele utilizatorilor martori (al celor care văd acea actualizare) de sentimentele utilizatorului care a publicat conținutul său. Experiențele lor devin ale noastre pentru câteva momente[127]. Cu cât lista de utilizatori este mai mare, cu atât frecvența cu care vedem diferite actualizări ale diferiților utilizatori, cu cât vedem mai mult conținut variat, cu atât sentimente diferite apar de la un minut la altul. Așa cum afirma și Hume, în lucrarea citată, cu cât „păstrăm un dialog cu umanitatea, cu atât menținem o legătură socială”[128]. În acest sens, cu cât extinderea relațiilor către persoane și experiențe din afara preocupărilor noastre cotidiene este mai largă, cu atât simpatia dezinteresată va rezona cu „umanitatea”, în ansamblu, va conduce la formarea de valori umane proprii.

[126] David Hume, *Enquiries Concerning Human Understanding and Concerning the Principles Of Morals*, Oxford University Press, 1992, p. 17.
[127] Abrol Fairweather, Jodi Halpern, *op. cit*., p. 194.
[128] David Hume, *op. cit*., *apud* Abrol Fairweather, Jodi Halpern, *op. cit*., p. 228.

În articolul său din „New York Times”, Clive Thompson[129] aduce în discuție argumente din științele sociale prin care, în Facebook, se constată atenția ambientală. Acest concept, care definește modul în care, în rețeaua socială, fiecare simte apropierea celuilalt, intrând în contact cu sentimente evocate prin ceea ce realizează utilizatorul, are câteva similitudini cu conceptul de *simpatie naturală* al lui Hume. Actualizările de stare (*status updates*) depășesc cadrul mai strict al comunicării grupate sau ierarhice, pentru că în pagina principală în care se actualizează constant conținutul generat de utilizatori (*News Feed*) nu există nici grupuri, nici ierarhii care să își manifeste o anumită dominanță sau un anumit dinamism.

Actualizările de pe Facebook (*status updates*) sunt, de obicei, enunțuri scurte, orientate unidirecțional, în mod rapid (**figura 52**). Pentru că sunt adresate unui grup neomogen de utilizatori, există o tendință de cosmetizare sau de ascundere (cenzură) a anumitor părți din realitate[130].



Secțiunea A, Item 27 – Exemple de enunțuri scurte, redactate rapid și adaptate lecturării rapide, prezente în majoritatea actualizărilor din cadrul Facebook (*status updates*).

[129] Clive Thompson, *Brave New World of Digital Intimacy*, „New York Times Magazine”, http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?pagewanted =all&_r=0

[130] Abrol Fairweather & Jodi Halpern, *op. cit.*, p. 199.



Fig. 52. Exemple de enunțuri scurte, redactate rapid și destinat citirii rapide, prezente în majoritatea actualizărilor din cadrul Facebook (*status updates*)

IV.3.7. *Limbajul textual-imagistic. Meme*

Fotografiile au depășit reprezentarea clasică a unor momente ale trecutului, devenind un nou tip de dialog[131], într-o lume a textelor supra-abreviate. Robin Kelsey, profesor de fotografie la Harvard, sesiza „tranziția de la fotografia care înregistrează și povestește un moment din trecut [...] la fotografia devenită mediu de comunicare”. Nu e de mirare, atunci, că marile companii care dețin rețelele de socializare, Facebook-Instagram, Twitter și Flickr, constant se luptă între ele pentru a crea cadrul în care să fie găzduite și afișate fotografiile utilizatorilor.

O altă formă de răspuns vizual a fost promovată de compania Snapchat, care permitea utilizatorilor să filmeze și să publice un scurt clip (de cel mult 10

[131] Nick Bilton, *Disruptions: Social Media Images Form a New Language Online*, 30 iunie 2013, nytimesc.com, http://bits.blogs.nytimes.com/2013/06/30/disruptions-social-media-images-form-a-new-language-online/?_r=1

secunde) pe care să-l expedieze altui utilizator. După ce imaginile sunt vizualizate, clipul video se șterge automat, la fel ca o discuție încheiată pe stradă.

„De la desenele paleolitice din peștera Lascaux la imaginile în mișcare de pe Snapchat, oamenii continuă să se exprime cu ajutorul imaginilor”[132]. Spre deosebire de desenele rupestre, clipurile din rețelele de socializare au o circulație foarte mare. Cofondatorul Snapchat afirma că utilizatorii rețelei sale trimit 200 de milioane de imagini în fiecare zi, în timp ce pe Facebook utilizatorii au schimbat 300 de milioane de imagini pe zi sau 100 de miliarde de fotografii pe an.

Avantajul imaginilor este că sunt încadrate de barierele lingvistice pe care le prezintă textele, limbajul lor este universal. Imaginile pot interconecta mai ușor indivizi de diferite etnii, limbi și din diferite regiuni ale lumii (**figura 53**).

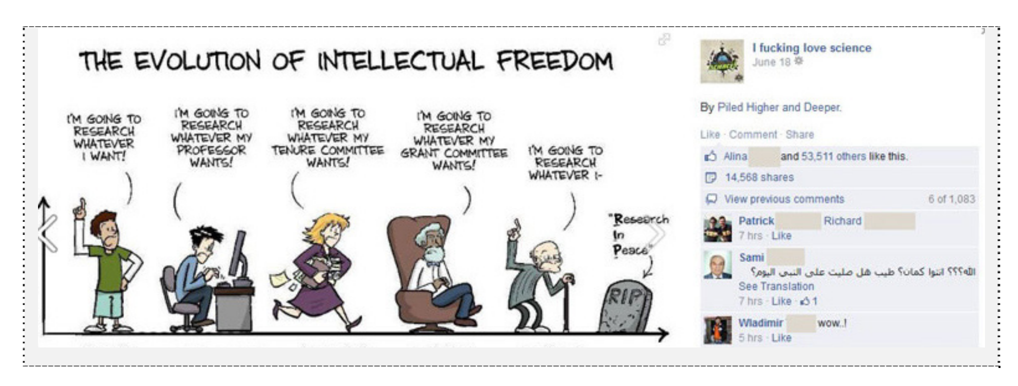


Fig. 53. Exemplu de imagine popularizată în cadrul Facebook, care a primit comentarii în diferite limbi, de la utilizatori din întreaga lume

Din aceste privințe și potrivit unor date statistice ale CTDIA (*The Trade Association for the Wireless Industry*) care arată că mesajele text sunt în scădere, în timp ce mesajele multimedia sunt în constantă creștere, mulți specialiști se întreabă, dacă nu cumva, însăși discutata variantă lingvistică online, acel *netspeak*, este pe cale de dispariție.

Tot în domeniul imaginilor se înscriu și tropii vizuali numiți *meme*, o specie obținută prin „asocierea stupidă de imagine și text care creează iluzia post-literaților că au luat parte la un moment cultural”[133]. Termenul „meme” (memă) a fost propus de biologul britanic Richard Dawkins, în 1976, care se referea, în general, la orice idee care e suficient de bună pentru a se propaga, de la un individ la altul, fie că se discută despre „materialismul dialectic sau un cântec de La Mulți Ani”. Pentru că biologul britanic a încercat să compare, la vremea respectivă, memurile cu genele, unii cercetători încearcă astăzi să găsească un răspuns la o

132 *Ibidem*.

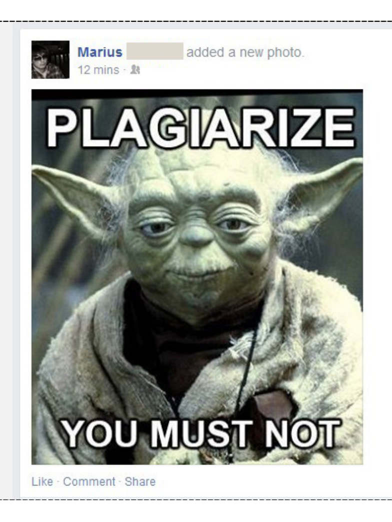
133 Christopher Mims, *Why you'll share this story: The new science of memes*, 28 iunie 2013, Quartz, http://qz.com/98677/why-youll-share-this-story-the-new-science-of-memes/

modalitate de măsura prin care anumite entități, de tip imagine și frază, devin virale, adică extrem de populare și cu o rapidă viteză de propagare. După ce a studiat aproape 179 de mii de variante ale 499 de meme originale, provenite din sursa principală de pe Internet, Quickmeme, un nou studiu condus de Michele Coscia, de la Universitatea Harvard, a propus un grafic de „viralitate”. Potrivit acestei diagrame, memele care au fost „mai competitive” au fost cele care au crescut în popularitate în corelație cu scăderea în popularitate a altora.

Există speculații în afara studiului menționat de a considera că memele de succes sunt cele care reușesc să înglobeze spiritul vremii. Astfel, există meme care urmăresc șabloane de sezon sau cele care reflectă anxietăți ale fiecărei zile (**figura 54**).



Secțiunea F, Item 15 – Memă în limba română, sub formă de benzi desenate, creată și distribuită de studenții aflați înaintea examenului de licență.



Secțiunea F, Item 16 – Memă în limba română, care parodiază un cunoscut personaj dintr-un celebru film SF, creat și distribuit de studenții aflați înaintea examenului de licență.



Secțiunea F, Item 17 – Memă în limba română, care parodiază un personaj dintr-un popular film fantastic, creat și distribuit de studenții aflați înaintea examenului de licență.

Fig. 54. Exemple de meme create și distribuite de studenți înainte de susținerea examenului de licență și care reflectă anxietățile cotidiene

Studii anterioare asupra memelor, care au arătat că, în momentul în care se știe sfera de interes a unei anumite persoane, se poate prezice ce va re-publica aceasta, au condus la ideea că pe Web sunt foarte importante grupurile de simpatie. Cu toate acestea, nu există o formulă clară, prin care vreun cercetător să poată prezice ce grad de „viralitate" va căpăta o memă sau alta și niciun algoritm pentru acest lucru.

IV.3.8. *Raționamente psihologice ale retransmiterii de informații despre sine*

Departamentul de publicitate al ziarului „New York Times" a condus un studiu, în 2011, împreună cu Institutul Latitude Research despre psihologia distribuției de informații online, studiu realizat pe baza unor interviuri în persoană, însoțite de monitorizări online ale unui număr de 2500 de cetățeni din New York, Chicago și San Francisco[134].

În era informațională, cuvântul de ordine este *cantitatea*. Se retransmite mai mult conținut, din mai multe surse, adresate mai multor destinatari, mai des și cu o frecvență mai mare. Circa 73% dintre participanții la chestionare au mărturisit că înțeleg mai bine informația atunci când o retransmit, în timp ce 85% au spus că lecturarea răspunsurilor celorlalți îi ajută să înțeleagă mai bine informațiile și evenimentele.

Motivele din spatele distribuției de informații sunt de natură utilitară, majoritatea respondenților considerând că informația va fi utilă celor care o vor citi și informațional-militantistă, o parte dintre subiecții chestionați explicând că retransmiterea de informații despre anumite produse (culturale, comerciale) are puterea de a schimba opinii și de a încuraja acțiunea, mai ales atunci când e vorba despre anumite cauze sau branduri. Un alt considerent al retransmiterii este cel al autodefinirii – oamenii retransmit anumite informații, acțiune prin care consideră că ceilalți îi percep într-o lumină favorabilă și mult mai bine. Și, în sfârșit,

[134] Kristin Mason, *The Psychology of Sharing*, http://eon.businesswire.com/news/eon/20110713005973/en/social-media-marketing/psychology-of-sharing

retransmiterea de informații de interes comun consolidează legăturile de prietenie (online sau offline), pentru ca, toate acestea, să contribuie la o stare de împlinire și de implicare în lume.

Pe baza rezultatelor interviurilor și ale chestionarelor, Latitude Research a realizat șase tipologii (*personas*) ale celor care retransmit informații online, pe baza motivațiilor emoționale, prezentarea de sine dorită, rolul distribuției informațiilor și valoarea pe care o acordă vitezei de retransmitere:

1. „Altruistul” (se gândește la binele celorlalți, trimițând informații în funcție de destinatar, în general pe e-mail).

2. „Carieristul” (publică și retransmite informații din sfera activității pe care o desfășoară sau a companiei în cadrul căreia lucrează).

3. „Hipster-ul” (retransmiterea de informații definește modul său de a fi. Va publica mereu lucruri la modă, într-un mod creativ. Este un utilizator tânăr).

4. „Bumerangul” (urmărește ca prin articolele provocatoare pe care le distribuie să obțină neapărat o reacție).

5. „Conectorul” (află, în special, noutățile practice și le retransmite în rețeaua sa de prieteni, pentru a profita cu toții de utilitatea acelei informații).

6. „Selectivul” (retransmite informații în funcție de relevanța materialelor față de anumiți destinatari).

Pe baza unor scanări neurologice, aplicate unui număr de 212 pacienți, mai mulți cercetători de la Harvard au înaintat ipoteza că distribuția de informații pe Facebook declanșează sistemul neurochimic de recompense, în timp ce transmiterea propriilor gânduri și sentimente produce o satisfacție neurologică și mai semnificativă[135]. Concluzia studiului este, oarecum, paradoxală – republicarea diferitelor informații este întotdeauna legată de ego.

În general, activitatea desfășurată online activează sistemul de recompense și este legată, din punct de vedere psihologic, de „suspansul și excitația care motivează animalele să vâneze pentru a mânca, [...] să rămână în viață”[136].

Corelate, aceste date conduc la explicarea conținutului autobiografic al unui procent de 80% dintre mesajele postate pe Facebook. Dacă un individ spune o poveste, în mod precis acesta obține un statut, feedback social și întărirea legăturilor sale cu ceilalți indivizi.

[135] Frank Rose, *The Selfish Meme. Twitter, dopamine, and the evolutionary advantages of talking about oneself*, 19 septembrie 2012, theatlantic.com, http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/10/the-selfish-meme/309080/

[136] *Ibidem*.

V. Nucleu de corpus lingvistic online și situații de comunicare a conținutului generat de utilizatorii români pe Facebook

Concepte-cheie ● Trăsături grafice și ortografice ● Comutarea de cod ● Jocurile lingvistice ● Ritualurile ● Mesajele metalingvistice ● Limbajul în text și imagini ● Meme ● Sintaxa și lexicul interfețelor ● Narațiunea autobiografică

V.1. Premise în alcătuirea și organizarea corpusului. Schiță de criterii lingvistice și situații de comunicare

Comunicarea mediată de calculator este o formă de comunicare între indivizi prin intermediul calculatorului. Din CMC (*Computer Mediated Communication*) fac parte e-mail-ul, forumurile, serviciul World Wide Web, programele de chat şi camerele de chat. Tabelul următor reliefează câteva particularități situaționale ale comunicării mediate de calculator (**figura 55**). Cu toate acestea, platformele UGC / sociale reprezintă un cumul de servicii, prin urmare sunt îndeplinite cele mai multe dintre caracteristicile de mai jos.

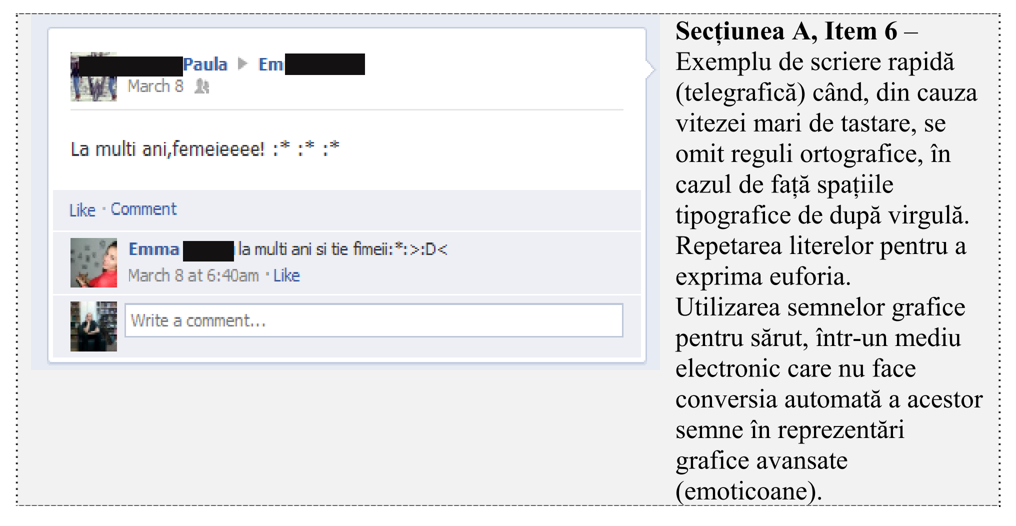
	Limitările canalului de comunicare (mediului)	**Un sens / Două sensuri**	**Publică / Privată**	**Pregătită / Spontană**
e-mail	da	un sens	privată	ambele
WWW	da	un sens	publică	pregătită
forum	da	un sens	publică	ambele
chat	da (câteva)	două sensuri	publică	spontană
sms	da	un sens	privată	de obicei, spontană
conversație	nu	două sensuri	privată	spontană
scrisoare	da	un sens	privată	pregătită
carte	da	un sens	publică	pregătită

Fig. 55. Particularități situaționale ale CMC

Particularitățile lingvistice ale comunicării mediate de calculator sunt notabile la nivelul textului, ale cărui proprietăți pot varia în funcție de tipul acestuia şi de trăsăturile sociale ale autorului, precum vârsta, genul, nivelul de educație, identitatea.

Mediul online rămâne un canal preponderent scris şi dependent de reacţiile la mesajele scrise. Există o tendinţă generală că se pot remarca anumite particularităţi ale limbii, care se regăsesc în toate situaţiile comunicării mediate de calculator, fie ele sincrone sau asincrone, şi care influenţează varianta standard a limbii (adică a părăsit situaţia comunicării mediate de calculator), care nu se confundă cu jargonul tehnic, fără a fi, însă, nici expresia unor modificări ostentative pentru obţinerea unor efecte.

CMC se prezintă ca un amestec de caracteristici provenite din prototipul limbii vorbite şi din prototipul media scrisă şi chiar din subtipuri ale acestora, cum ar fi, spre exemplu, comunicarea telegrafică (**figura 56**).



Secțiunea A, Item 6 – Exemplu de scriere rapidă (telegrafică) când, din cauza vitezei mari de tastare, se omit reguli ortografice, în cazul de față spațiile tipografice de după virgulă. Repetarea literelor pentru a exprima euforia. Utilizarea semnelor grafice pentru sărut, într-un mediu electronic care nu face conversia automată a acestor semne în reprezentări grafice avansate (emoticoane).

Fig. 56. Exemplu de comunicare telegrafică

Stabilirea tipului de text are un rol major în definirea naturii limbii utilizate în CMC. În mod hotărât, tendința este spre o scriere informală și spre un stil „vorbit" al textului (**figura 57**).



Secțiunea A, Item 18 – Caracteristici orale ale textului, în cadrul rețelei Twitter.

Fig. 57. Exemplu de scriere informală și stil „vorbit" al textului

Acest lucru se remarcă ușor dacă se urmărește nivelul paralingvistic și grafic, acolo unde s-au creat căi speciale de reprezentare a efectelor posibile care sunt, astfel, realizabile numai în cadrul conversațiilor față în față (**figura 58**).

Constrângerile interacțiunii în timp real au condus la diferite tipuri de texte asincrone. Din punct de vedere social, comunicarea mediată de calculator conduce la o solidaritate de grup a membrilor care utilizează aceleași particularități lingvistice pe Web.



Secțiunea B, Item 21 – Repetarea exagerată a unor vocale, pentru a nota cadența unei piese muzicale.

Secțiunea A, Item 13 – Repetarea consoanelor sau a vocalelor pentru marcarea unui sentiment.

Fig. 58. Exemple de efecte paralingvistice pentru substituția efectelor posibile numai în comunicarea față în față

Într-un interviu acordat în 2002, un an în care majoritatea celor care nu utilizau calculatoarele și Internetul nu erau obișnuiți cu noutățile lingvistice care circulau online, Erin Jansen argumenta că prezența acestei variante lingvistice, marcată de acronime, abrevieri și elemente de jargon, provine, în special, din faptul că utilizatorii care comunică online trebuie să o facă tastând, apăsând tastele claviaturii asemănătoare unei mașini de scris. Ea afirma că „pentru că tastarea presupune un timp mai îndelungat decât vorbirea, din ce în ce mai mulți utilizatori preferă să tasteze mai puțin și să folosească tot mai puțin semnele de punctuație pentru a se face înțeleși, ceea ce conduce la un stil de comunicare mai relaxat”[1]. În

[1] Glenn Roberts Jr., *News article about NetLingo.com and an interview with Erin Jansen, Internet Users Breed A Strange New Language: Technology Newcomers Struggle with*

același fel se explică și scrierea fără majuscule (**figura 59**). Autoarea povestește o anecdotă pe care a auzit-o, legată de un student de la o specializare în limba engleză, care trimite acasă un e-mail, scris în întregime cu litere mici. Tatăl studentului a fost oripilat de greșelile gramaticale și de ortografie din e-mail-ul fiului.



Secțiunea C, Item 36 – *mafrendz*, scriere fonetică a expresiei din limba engleză *my friends*. Scriere telegrafică, fără majuscule la începutul propozițiilor și al frazelor.

Fig. 59. Exemplu de scriere telegrafică, fără majuscule

Anii 2000 au fost anii de debut pentru era serviciului Web așa cum îl știm noi astăzi. În acești ani, regula era că „orice merge oricum”, dar, cu timpul, au apărut standarde ale comunicării online (e-mail, forumuri, chat), astfel încât, astăzi, nu mai este tolerată utilizarea stilului „lejer” în oricare dintre contexte.

În legătură cu caracteristicile lingvistice, numeroși autori au arătat cum comunicarea mediată de calculator prezintă trăsături asemănătoare și cu limba vorbită și cu limba scrisă[2]. Proporția între aceste trăsături variază în funcție de tipul de comunicare mediată de calculator. Modurile sincrone tind să fie mult mai apropiate de vorbire decât cele asincrone. Însă, o serie de caracteristici (utilizarea emoticonului, abrevierile, scrierea prescurtată, dar și o înclinație spre informalitatea verbală) se regăsesc în ambele moduri. În toate studiile lingvistice despre comunicarea mediată de calculator se constată utilizarea creativă a posibilităților oferite de tastatură și înclinația utilizatorilor către joaca lingvistică.

Diferențele de gen, un aspect cultural important, sunt adesea reflectate de limba folosită. Stilurile și tipurile de discurs sunt diferite între bărbați și femei, în mai multe limbi, atât în viața „reală”, cât și în mediul electronic. S-au arătat adesea diferențele lingvistice, atunci când au fost examinate deosebirile de gen. Femeile apelează mai des decât bărbații la diferite strategii, precum o fac și în comunicarea

Lingo, May need to get a Translator, 18 august 2002, Netlingo.com, http://www.netlingo.com/press/article-4.php

2 David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004.

față în față. În diferitele canale de comunicare sincronă, femeile aleg cu cine să discute și înregistrează mai multe răspunsuri decât bărbații.

În privința politeții de care s-au ocupat unii cercetători[3], s-a constatat că femeile sunt mai politicoase decât bărbații, în timp ce, în ansamblu, bărbații sunt mai măgulitori și mai înclinați spre a trimite mesaje de apreciere și de aprobare față de convorbitor. Sandi de Oliveira arată, într-un studiu despre comunicarea online[4], că, în cadrul unei liste de discuții de la o universitate din Portugalia, studenții folosesc în mod inacceptabil din perspectiva convenției portugheze de politețe, forma prenume + nume, în loc de formula de adresare Doamnă / Domnule (*Senhõr*) + prenume + nume atunci când adresează un mesaj unui profesor al universității.

În privința alegerii lingvistice și a comutării de cod (despre care am menționat, pe larg, în subcapitolul III.8 și cu numeroase exemple în corpusul lucrării), cel mai important rol îl joacă contextul. În spațiile multiculturale, *lingua franca* este limba engleză, în timp ce, în numeroase alte țări, cum e și România, atât oamenii educați, cât și cei cu cunoștințe minime utilizează limba națională și limba engleză în mod alternativ (**figura 60**). Statele Uniunii Europene au aderat mereu la principiul multiculturalității și multilingvismului și au acceptat dreptul fiecărui cetățean la informații și la acte juridico-administrative de interes public[5]. Pentru ca acest lucru să fie realizabil, la nivelurile birocratice ale Uniunii Europene există numeroși traducători și translatori care lucrează pe diferite documente sau care interpretează, direct, luări de cuvânt.

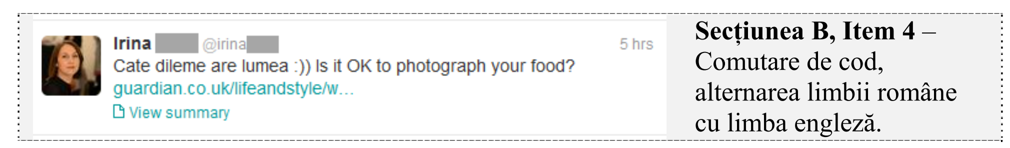


Secțiunea B, Item 1 – Unii utilizatori români publică în întregime în limba engleză, mai ales atunci când sunt stabiliți în țări în care limba engleză este o limbă de comunicare între cetățenii de diferite naționalități sau cu localnicii.

[3] S. Herring (ed.), *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam, Benjamins, 1996.

[4] Sandi Michele de Oliveira, *11 Breaking Conversational Norms on a Portuguese Users' Network: Men as Adjudicators of Politeness?*, în Brenda Danet, Susan C. Herring (eds), *The Multilingual Internet. Language, Culture, and Communication Online*, Oxford University Press, 2007, p. 256.

[5] V. Ginsburgh, S. Weber, *Language disenfranchisement in the European Union*, „Journal of Common Market Studies", 43, pp. 273-286, 2005, p. 2.



Secțiunea B, Item 4 – Comutare de cod, alternarea limbii române cu limba engleză.

Fig. 60. Exemple de comutare de cod, alternarea limbii române cu o limbă străină (română, engleză)

Scott Wright[6] a studiat limba folosită în cadrul celui mai mare forum creat pentru ca cetățenii și cei implicați direct, într-o calitate administrativă, să poată dezbate despre constituția statelor membre ale Uniunii Europene (*Futurum*[7]) și a constatat că limba engleză domina, de departe, în majoritatea subiectelor de discuție (atât în ceea ce privește crearea subiectelor de dezbatere și a titlurilor acestora, cât și în legătură cu limba în care răspundeau cetățenii). Tendința următoare, în care se scria în limba franceză sau germană, se prezenta într-o proporție mult mai mică.

În rândul imigranților într-o nouă țară, noua limbă este folosită pentru integrare și menținerea relațiilor sociale, interpersonale cu noii apropiați. Dacă acest lucru este firesc, utilizarea limbii alături de alți compatrioți imigrați este interpretată ca un semn de alienare culturală[8].

Aceste studii au reușit să reprezinte alegerea lingvistică din Internet ca pe o ierarhie, în vârful căreia este limba engleză, urmată de limbi regionale importante, apoi de limbile locale ale utilizatorilor[9]. Subiectele mari de cercetare care se dezvoltă de la aceste concluzii sunt caracterul global al limbii engleze, precum și efectele Internetului asupra diferitelor limbi, incluzând aici și soarta pe care o pot avea limbile mici, deja aflate pe cale de dispariție.

Limba engleză a avut mereu un loc favorizat și un caracter preponderent, pe care l-a jucat încă de la apariția tehnologiilor care au dus la crearea Internetului, a dominat și domină majoritatea contextelor online și offline. Limba engleză este, astăzi, deprinsă de către oameni din întreaga lume, mai mult ca niciodată în alte secole[10]. Nu doar Internetul a favorizat impunerea limbii engleze, ci întreg mecanismul globalizator, format din forțe politice, economice și culturale ce au

---

6 Ruth Wodak, Scott Wright, *The European Union in Cyberspace: Democratic Participation via Online Multilingual Discussion Boards* 385, în Brenda Danet, Susan C. Herring (eds), *The Multilingual Internet. Language, Culture, and Communication Online*, Oxford University Press, 2007.

7 http://ec.europa.eu/archives/institutional_reform/

8 L. Fialkova, *Emigrants from the FSU and the Russian-language Internet. Toronto Slavic Quarterly*, 12, 2005 (http://www.utoronto.ca/tsq/12/fialkova12.shtml).

9 D. Graddol, *The future of English*. London: The British Council, 1997/2000 (http://www.gre.ac.uk/~ds42/pages/future%20of%20English.pdf).

10 *Ibidem*.

acordat limbii engleze rolul de *lingua franca* în relațiile internaționale[11]. Oameni aparținând diferitelor culturi și teritorii au reușit, prin intermediul Internetului, să comunice, iar acest lucru s-a putut realiza numai în limba engleză. Întregul context actual încurajează răspândirea limbii engleze în continuare. Totuși, pericolul remarcat de unii lingviști că impunerea limbii engleze va înlătura alte limbi și că va submina diversitatea lingvistică, în ansamblu, s-a dovedit a fi șerpuitor, cotele înalte atinse alternând cu perioade de destindere. În ansamblu, în momentul actual, se constată că tendința generală se manifestă prin favorizarea limbilor cu cel mai mare număr de vorbitori (limba chineză, limba spaniolă, limba arabă, limba hindusă și limba rusă) și a limbii engleze, în special. Paolilo conchide studiul său despre diversitatea lingvistică în Internet[12] cu precizarea că, din cauza concentrării resurselor în America de Nord și a mecanismele economice ale tehnologiilor Internet utilizate în acest moment, se va încuraja, în continuare, extinderea uzului limbii engleze. Tot Palolilo constata că limba chineză, ca limbă folosită de cei mai mulți vorbitori de pe glob, va lua locul limbii engleze. Acest lucru este deocamdată contestat, de unii cercetători, precum Bruthiaux[13] care considera că sistemul de scriere și alte particularități ale limbii chineze vor împiedica acest lucru.

Prin toată seria de exemple prezente în articol, se demonstrează „ușurința cu care forme englezești sunt asimilate și adaptate în româna colocvială actuală"[14].

***

Prin corpusul publicat în continuare, am încercat să ne înscriem în rândul exerciţiilor, deloc numeroase în literatura românească de specialitate, care apelează la sincronie în spaţiul online românesc pentru a studia manifestările limbii utilizate de vorbitorii nativi de limbă română, activi în spaţiul Web.

Am eliminat studiul conversaţiilor din camerele de chat – capitol destul de bine studiat și la noi – şi, în general, tot ce este legat de serviciile de voce (menționând importanța reorientării către reinventarea spațiului acustic al lui McLuhan în mediul online) și ne-am orientat atenția și observațiile asupra inovaţiilor din spaţiul Web – platformele UCG (*User Generated Content*) și asupra utilizatorilor români ai acestor platforme, în principal către membrii rețelei sociale Facebook. Deși există o întreagă dezbatere terminologică, am preferat termenul de *rețea socială*, pe care l-am adaptat din raționamente ce țin de abordarea

11 David Crystal, *English as a global language*, ediția a II-a, Cambridge, Cambridge University Press, 2003.

12 John C. Paolillo*, How Much Multilingualism? Language Diversity on the Internet* 408, în Brenda Danet, Susan C. Herring (eds), *op. cit.*

13 P. Bruthiaux, *Predicting challenges to English as a global language in the 21st century. Language Problems and Language Planning*, 26(2), 2002, pp. 129-157.

14 Rodica Zafiu, *Păcatele Limbii: „A da like"*, 2012, „România Literară", http://www.romlit.ro/a_da_like_

sociolingvistică a lucrării noastre, păstrând termenul din domeniul sociolingvisticii, așa cum a fost conceput de Gumperz, iar nu al informaticii.

Pe lângă trăsăturile generale care reies din caracterul electronic al mediului, am urmărit, în mod aparte, perspectiva pragmatică a comunicării de sine în actualizările *status*-ului pe Facebook.

În urma analizei detaliate a materialelor strânse între 2012-2014, am sesizat o serie de modificări la diferite niveluri ale limbii.

Particularitățile lingvistice ale conținutului scris generat de utilizatorii români în cadrul rețelelor sociale vor fi grupate astfel:

1. Particularități ortografice (vezi **Secțiunea A**):
   - scrierea prescurtată;
   - scrierea cu acronime;
   - scrierea alfanumerică, prin substituția unor litere, asemănătoare ca formă grafică, cu cifre;
   - scriere neconvențională, cu caracterul „@” dedicat adreselor e-mail sau cu „.”, ca în numele de domenii Web, cu scopul de a marca apartenența organizației la spațiul online;
   - scrierea telegrafică (enunțuri scurte, tastate rapid, cu omisiuni în privința punctuației sau ortografiei, scrierea fără spații după semnele de punctuație, scrierea cu litere mici după semnele de punctuație sau la începutul propoziției, scrierea fără semnele diacritice);
   - scrierea sau apelarea la simboluri și emoticoane pentru a putea reproduce, în scris, efectele paralingvistice (emoții, expresivitate) care se regăsesc, altfel, doar în cadrul comunicării față în față;
   - scrierea cu repetarea consoanelor sau vocalelor pentru marcarea unui sentiment.
2. Particularități lexicale de jargon informatic sau care definesc elemente de interfață ale unor platfome online, care au părăsit mediul online și au intrat în uzul curent (cu precădere **Secțiunea A**, dar și în exemplele din celelalte secțiuni).
3. Sintaxa interfețelor, care include modul în care este utilizată limba pentru a pune la dispoziția utilizatorului mijloacele de comunicare în scris (pentru scrierea propriilor texte, pentru distribuția unor materiale online – hyperlink, imagini). Utilizarea simbolului „#” pentru crearea de etichete (*hashtags*) care grupează și ordonează textele ce corespund unui anumit subiect sau unei anumite teme de discuție. Utilizarea uneltelor din cadrul Facebook pentru a completa câmpuri predefinite prin care un utilizator își poate înregistra anumite momente din viața personală (**Secțiunea G**).
4. Comutarea de cod, în care se alternează, după caz, limba română cu o limbă străină (de obicei, engleza, dar unde se întâlnesc și limba franceză sau limba italiană) sau în care se selectează o altă limbă decât limba română pentru a

marca, de obicei în cazul românilor emigrați, apartenența la noua comunitate socio-culturală. Pentru majoritatea utilizatorilor români, limba engleză este *lingua franca* a mediului online, așa cum este în întreaga lume (**Secțiunea B**).

5. Limbajul text+imagine (*LOLcats*, meme), deturnat de la forma și sensul de bază și utilizat pentru exprimarea plastică și ludic-parodică a unor anxietăți cotidiene sau pentru a răspunde, în mod ironic, unor comentarii (**Secțiunea F**).
6. Jocurile lingvistice, în cadrul cărora se remarcă lexicul inventat, parodierea unor greșeli de gramatică sau folosirea unor unități frazeologice ca parte a discursului repetat, prin care utilizatorii își manifestă inventivitatea și creativitatea lingvistică (**Secțiunea C**).
7. Particularități metalingvistice, în cadrul cărora se discută despre limbă, în general, și în care se ia atitudine față de utilizarea greșită a unor termeni, dar și față de cei care nu cunosc normele gramaticale (vezi **Secțiunea E**).
8. Particularități pragma-lingvistice ale narațiunii personale, eul definit cotidian prin intervenții memorialistice sau prin textele care însoțesc ritualurile sociale, anuale sau cotidiene: sărbători românești și internaționale, sărbători personale etc. (**Secțiunile D și H**).

Secțiunea A) Corpus general – Particularități grafice, ortografice și lexicale

În această secțiune am inclus exemple care ilustrează o serie de caracteristici lingvistice comune ambelor moduri de comunicare, sincronă și asincronă, din mediul online (bloguri, *status updates* din Facebook, *tweet*-uri), precum utilizarea emoticonului, abrevierile, scrierea prescurtată, scrierea cu dublarea literelor, scrierea consonantică, scrierea alfa-numerică, utilizarea creativă a semnelor de punctuație, înclinația spre informalitatea verbală.



Item 1 – Exemplu de utilizare a hypertextului (adresa URL a unui clip). Modalități de subliniere, în cazul de față prin spațierea literelor și scrierea cu majuscule, pentru a evidenția clar impresia comentatorului.



Item 2 – Structura mesaj-comentariu din cadrul e-mail-urilor. Aranjarea înlănțuită a mesajelor.



Item 3 – Fenomenul de repetare a unor litere pentru exprimarea unei emoții și transcrierea unei interjecții din limba engleză.
Utilizarea emoticoanelor.
Lipsa literelor cu diacritice.



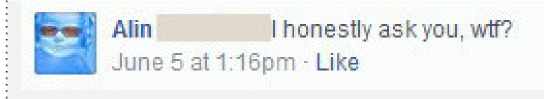
Item 4 – Scrierea prescurtată a cuvintelor (dar nu cu majuscule, ca în cazul acronimelor), fără diacritice și cu prezența semnelor de suspensie la sfârșit.
Transcrierea fonetică a cuvântului *petrecere* (*party*) din limba engleză.



Item 5 – Reluarea unei discuţii aparent iniţiată anterior (o presupoziţie). Prezenţa interogării. Începerea propoziţiei cu literă mică.



Item 6 – Exemplu de scriere rapidă (telegrafică) când, din cauza vitezei mari de tastare, se omit reguli ortografice, în cazul de faţă spaţiile tipografice de dupa virgulă. Repetarea literelor pentru a exprima euforia. Utilizarea semnelor grafice pentru sărut, într-un mediu electronic care nu face conversia automată a acestor semne în reprezentări grafice avansate (emoticoane).

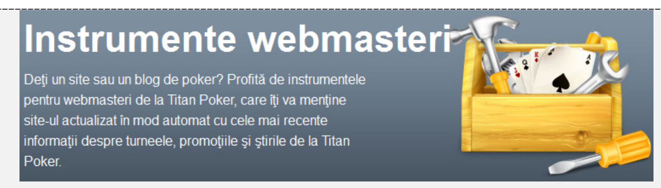


Item 7 – Utilizarea unui acronim al expresiei din limba engleză („What the fuck"), folosit şi de utilizatorii români pentru marcarea mirării sau a dezgustului, aşa cum este folosit şi în limba engleză, cu precădere în mediul online.



Item 8 – Combinaţie ludică în care este utilizat caracterul „@” în sigla unui magazin de calculatoare.

Un alt exemplu poate fi numele unei edituri din Bucureşti – „Comunicare.ro”



Item 9 – „Instrumente [pentru] webmasteri”. Lexic specific Internetului – pentru a descrie personalul care lucrează în cadrul unor companii sau organizaţii online.

Despre ce e vorba? Am primit ieri o invitaţie de a mă alătura listei de contacte din reţeaua LinkedIn a unei persoane care se identifica drept HR Recruiter la o firmă din Iaşi, însoţită de un mesaj prin care-mi cerea câteva date de contact, întrucât ar dori să ia legătura cu mine. Dau „accept” şi las o adresă de e-mail, deşi n-am înţeles de ce persoana respectivă nu şi-ar fi putut exprima dorinţele într-un mesaj pe LinkedIn, din moment ce intrasem deja în contact.

http://hazaparu.wordpress.com/2013/02/01/duduita-draga-gracias-pero-no/

Item 10 – „A da accept”, una dintre numeroasele expresii intrate în uzul general şi în afara mediului online.

Bogdan

Suggesting nicknames like a b0ss. Yours truly, frumushe1u.

Avem nevoie de câteva informaţii pentru a vă verifica ID-ul

Item 11 – Exemplu de scriere alfanumerică, cu subtituția literelor cu cifre asemănătoare din punct de vedere grafic (*leetspeak*): „b0ss”, „frumushe1u” pentru „boss”, respectiv „frumuşelu”.

Hashtag a murit! Trăiască mot-dièse!

http://hazaparu.wordpress.com/2013/01/26/hashtag-a-murit-traiasca-mot-diese/

Item 12 – Titlul unui articol care prezintă o încercare a autorităţilor franceze de a impune o traducere pentru cuvântul *hashtag* (element de sintaxă şi marcare de subiecte populare în reţelele de socializare, preluat şi utilizat ca atare în cele mai multe limbi, inclusiv în limba română).



Item 13 – Repetarea consoanelor sau vocalelor pentru indicarea unui sentiment.

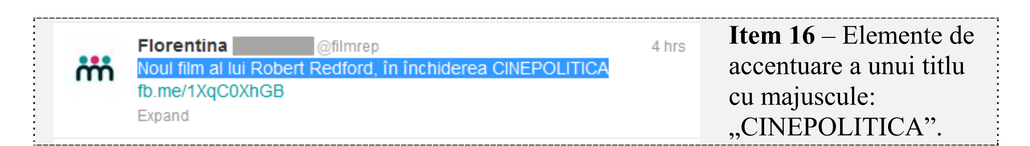


Item 14 – Scriere neconvențională, cu caracterul „@”, dedicat adreselor e-mail, cu scopul de a marca apartenența unei organizații la mediul online în care își desfășoară activitatea.

„Astăzi, *news feed-ul* meu e doldora de sfaturi pentru a ajunge la o scriitură genială, de imagini cu maşini de scris mai vechi sau mai noi, de citate legate de puterea magică a cuvintelor, de recomandări de cărţi şi autori care ne spun în 10 paşi ce trebuie făcut şi ce ba, de pseudo-exerciţii de scriere, de declaraţii zilnice prin care ne punem în genunchi în faţa scrisului.
De fiecare dată când *scroll-ul* meu întâlneşte atâtea plecăciuni, scrisul devine o activitate tot mai prăfuită. E ca la filmele alea promovate atât de asiduu încât le ştii pe jumătate înainte să apară *trailerul HD*. Reacţia e să te îndepărtezi şi să cauţi o peliculă franţuzească de care nu a auzit nimeni, nicidecum să te apropii. E acelaşi sentiment ca atunci când fumezi un chiştoc.”
(http://oanafilip.ro/2012/08/scrisul-mereu-la-moda.html)

„Dar voi, dacă încă-l folosiţi, aţi putea încerca exerciţiul ăsta, măcar de dragul exerciţiului, nu pentru a lua cine ştie ce măsuri drastice privind *virtualitatea* voastră. Aplicaţia poate fi *downloadată* de aici, fiind compatibilă cu majoritatea browserelor (Explorer, Firefox, Chrome), şi funcţionează astfel: cînd accesezi contul de Facebook, se activează un fel de cronometru care se întrerupe de fiecare dată în maxim cinci secunde după ce ai părăsit pagina, detecînd, de asemenea, şi perioadele cînd sunteţi „idle”.
Pe locuri, fiţi gata, start!”
(http://hazaparu.wordpress.com/2013/03/03/pe-facebook-iepureste/)

Item 15 – Termeni din limba engleză (*news feed, scroll, trailer, download, browser, idle*) intrați în discursul cu caracter general, care nu au traducere şi sunt folosiți ca atare, în unele cazuri accentuate de italice sau ghilimele, dar în cele mai multe cazuri de acelaşi rang cu celelalte cuvinte; importuri lingvistice. În al doilea text se observă o marcă deictică pentru indicarea prin hypertext a locului în care se găseşte un program.



Item 16 – Elemente de accentuare a unui titlu cu majuscule: „CINEPOLITICA”.

Poate ce am priceput cel mai bine e faptul că produse cum e DoR au nevoie de mai mult decât un like sau un comentariu pe FB. Au nevoie de acţiuni concrete, care să îi ajute să îşi facă treaba mai bine şi cu mai puţină presiune.

http://oanafilip.ro/2013/01/am-inteles-mai-bine-ce-e-dor.html

Item 17 – Cuvinte din mediul reţelelor de socializare intrate în lexicul comun (*like*) şi abrevieri cu sens de acronim (*FB* pentru Facebook).



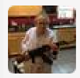
Item 18 – Elemente de sintaxă Twitter (@nume_de_utilizator) RT („retweet”) şi mesaj.
Dedesubt, scriere cu litere mici şi marcarea unui *hashtag* (#).



Item 19 – În obiceiul de comunicare al unor utilizatori este inclusă folosirea sintaxei Twitter care, în cazul de faţă, nu marchează tematic şi nu produce un curent de discuție, deoarece, în cadrul reţelei sociale Facebook, această funcție a fost implementată din anul 2015.



Item 20 – Particula *e-* utilizată în titlul unui site, pentru desemnarea caracterului electronic al mediului.



George @george_c

Cea mai mare speranţă de viaţă o au locuitorii judeţului Vâlcea - uooooooooo viaţa mea! uooooooo inima mea! digi24.ro/stire /Longevit...

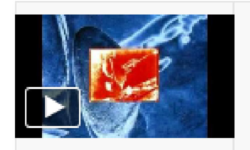
Expand Reply Retweet Favorite More

Item 21 – Repetarea exagerată a unor vocale, pentru a indica linia melodică a unei piese muzicale.



Ioan

http://www.youtube.com/watch?v=6fMrMTerVSg



Dire Straits - Iron Hand

www.youtube.com

Dire Straits - Iron Hand

Like · Comment · Share · about an hour ago near Iasi ·

Item 22 – Hypertext cu mod de previzualizare a referentului în reţeaua de socializare Facebook (în acest exemplu, un clip de pe Youtube).



Lucian

Neavând maşina la îndemână, am purces la o călătorie matinală cu tramvaiul. Dus-întors. Rând pe rând, concurenţii s-au prezentat cu dibăcie. o Steaua sus răsare, o formaţie cu un Urs şi un ansamblu cu un soi de Berbec. Juriul a hotărât că titlul de Vocea Tramvaiului îi revine ansamblului cu Berbecul, aşa că l-am recompensat cum se cuvine. Tu cât de des mergi cu tramvaiul ?

Unlike · Comment · Share · 38 minutes ago near Iasi ·

You and 4 others like this.

Ale si era aia..ursule da'te de'a dura..nu ma dau ....:)))))))))))) ii ascultam in fiecare dimineata invernala cand mergeam la scoala'n tatarasi :))))

36 minutes ago · Like · 1

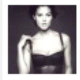
Lucian la mine ursul doar mormăia, bine mai degrabă mârâia :))

35 minutes ago · Like

Ale :))))))))))))))))))))) da i si tu o mentosana data viitoare :)))) polo, cu gaura'n mijloc :))

35 minutes ago · Like · 1

Item 23 – Repetarea exagerată e elementelor de marcare a unui emoticon, în cadrul comentariilor la o intervenţie. Zâmbetul simplu se marchează, de obicei, „ :) ”, iar râsul prin „ :)) ”.





Nimirceag feeling mad

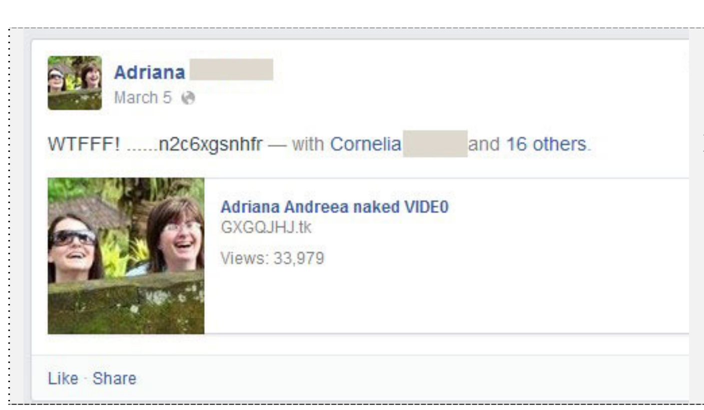
Luni doi oameni au murit in frig din cauza prostiei romane ! Astazi,vineri tramvaiele in Iasi nu sunt disponibile...de ce ? Simplu, romanii danseaza hora si mananca fasole cu carnati ! Doar SARBATORIM "UNIREA ", ce naiba !!!

Like · Comment · Share · 2 hours ago near Copou ·

2 people like this.

Item 24 – Scrierea cu majuscule pentru marcarea unui sentiment de furie. Utilizarea emoticonului pentru transpunerea expresiei faciale cu scopul de a reliefa un anumit sentiment. Utilizarea sintaxei şi lexicului predefinite pe

care le pune la dispoziție interfața pentru utilizatori. Scrierea fără diacritice.



Item 25 – Scrierea cu acronime pentru expresii, cu semne de punctuație în exces și substituția literelor cu cifre (*leetspeak*).



Item 26 – Substantivarea formei verbale „a da like” pentru a manifesta aprobarea unei situații. Memă care valorifică modelul afișului motivațional tipărit de guvernul britanic înainte de izbucnirea celui de-al Doilea Război Mondial.



Itemii 27-30 – Exemple de enunțuri scurte, redactate rapid și adaptate lecturării ușoare, prezente în majoritatea actualizărilor din cadrul Facebook (*status updates*).

Secțiunea B) Comutări de cod

În această secțiune am strâns exemple care ilustrează comutarea de cod lingvistic, așa cum se întâlnește în *status updates*-urile utilizatorilor români de Facebook. Exemplele arată modul în care se produc comutările între limba română și una sau mai multe limbi străine, de obicei limba engleză, cu rol important de limbă de legătură în mediul online, dar și cu limba italiană sau cu limba franceză. Se remarcă atât comutarea preferențială, care presupune o negociere în alegerea lingvistică, manifestată mai ales în rândul utilizatorilor români stabiliți în străinătate, cât și fenomenele de inserare / transfer, unde se manifestă limba de bază (limba română) cu părți inserate dintr-o a doua limbă (de obicei, limba engleză).

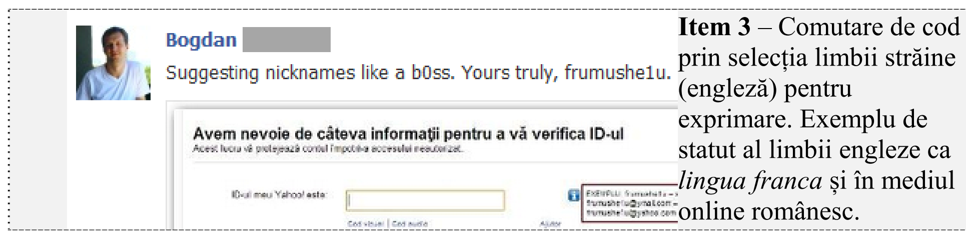
În ceea ce privește nivelul gramatical la care se produc aceste comutări, se remarcă atât comutările inter-propoziționale (comutările care se produc între două propoziții separate sau două propoziții coordonate care aparțin aceleiași expresii), cât și intra-propoziționale, precum și apariția unui singur cuvânt (o subcategorie intra-propozițională, dar care conține un singur element de comutare).



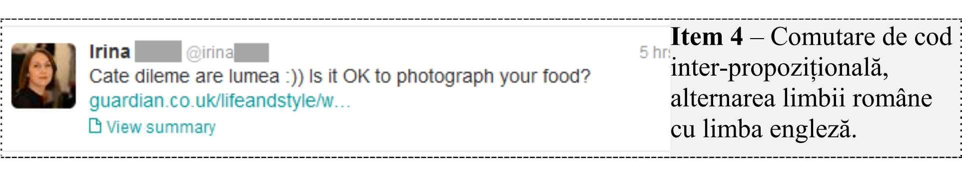
Item 1 – Unii utilizatori români publică în întregime în limba engleză, mai ales atunci când sunt stabiliţi în ţări în care limba engleză este o limbă de comunicare între cetăţenii de diferite naţionalităţi sau cu localnicii.



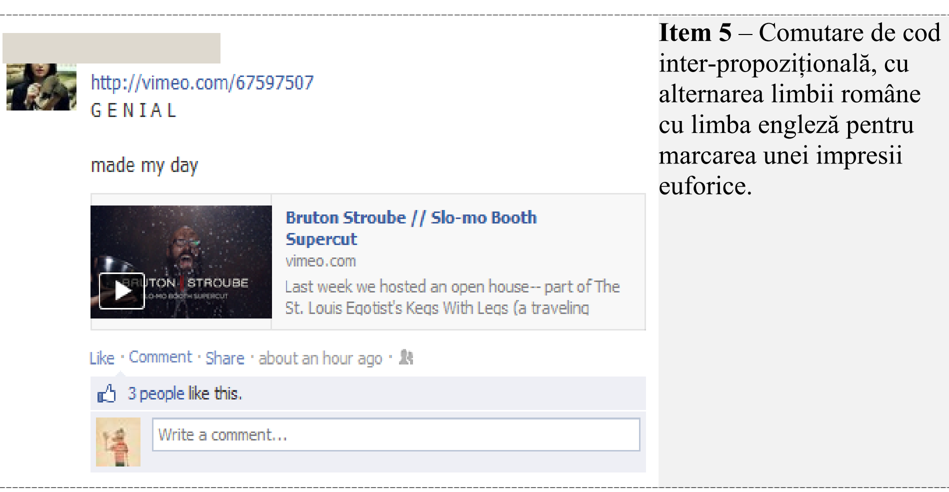
Item 2 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate; utilizator român emigrat în Italia de câțiva ani. Exemplu de aptitudine lingvistică în limba italiană.



Item 3 – Comutare de cod prin selecția limbii străine (engleză) pentru exprimare. Exemplu de statut al limbii engleze ca *lingua franca* și în mediul online românesc.



Item 4 – Comutare de cod inter-propozițională, alternarea limbii române cu limba engleză.



Item 5 – Comutare de cod inter-propozițională, cu alternarea limbii române cu limba engleză pentru marcarea unei impresii euforice.



Item 6 – Mesaj scris în zăpadă în limba engleză. Schimbul de comentarii la imagine se desfășoară tot în limba engleză. Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



Alina

No, no, no!



Philip Seymour Hoffman Found Dead In His New York Apartment
huffingtonpost.com
Philip Seymour Hoffman was found dead in his Manhattan apartment, the Wall Street Journal reported Sunday (Feb. 2).

Item 7 – Exclamație de surprindere la moartea actorului Philip Seymour Hoffman. Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de punte în mediul online, în cazul unei intervenții minimale.



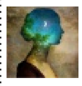
Alexandru

What's the crime in wanting? So... cross the line
http://www.youtube.com/watch?v=zNQvBQJPF2g



First State featuring Relyk - Cross The Line (Official Music Video)
youtube.com
http://www.blackholerecordings.com/music/albums/first-state-featuring-relyk-cross-the-line/

Item 8 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Preluarea versurilor unei melodii pop pentru descrierea stării de spirit.



Adriana

Kill, pussycat, kill!





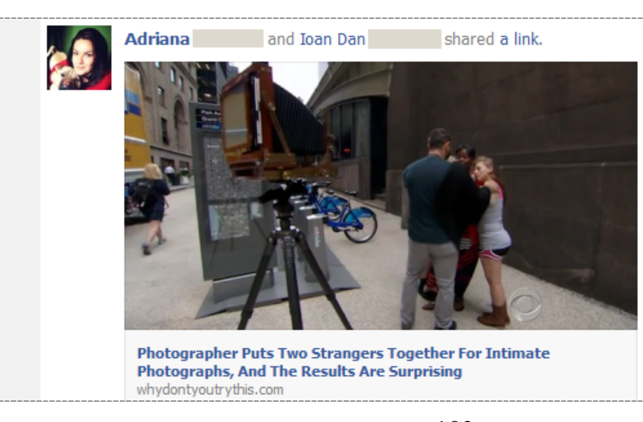
Item 9 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de punte în mediul online, într-un comentariu asupra unui stop-cadru dintr-un film.



Item 10 – Comutare de cod creativă inter-propozițională, alternarea limbii române cu limba engleză. Exemplu de statut al limbii engleze ca *lingua franca* în mediul online.



Item 11 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate; utilizator român emigrat în Italia de mai mulți ani. Exemplu de aptitudine lingvistică în limba italiană.



Item 12 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Utilizator cosmopolit din punct de vedere profesional.



Alexandru

She is marvellous :)



Kristin Scott Thomas: 'I cannot cope with another film'

theguardian.com

She's the go-to actor when it comes to elegant despair – but after 20 years, Kristin Scott Thomas is done with making movies. She talks to Decca Aitkenhead about shambolic film sets, French mistresses and the joys of

Item 13 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Utilizator stabilit în Anglia de mai mulți ani. În funcție de grupul de prieteni căruia i se adresează, utilizatorul selectează, preferențial, între limba română și limba engleză înainte de o intervenție pe Facebook.



Fredy shared a story via Flipboard.

Oh man....



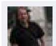
Kazakhstan May Drop the 'Stan' for Geography-Impaired Westerners

Flipboard

Kazakhstan is tired of geography-impaired Westerners confusing it with those other inferior -stan countries. And Presi-

Like · Comment · Share · 8 hours ago via Flipboard ·

Lucian likes this.



Lucian The Russian community would whole-heartedly support "The Land of the Kazakh Nation".

2 hours ago · Like

Item 14 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul unei intervenții minimale de marcare a dezamăgirii. Utilizator român stabilit în străinătate, acolo unde limba engleză este utilizată în scop de interacțiune cu vorbitori nativi de diferite limbi.



Vlad Iulian

insane



The most impressive thing I've seen all day

9gag.com

Click to see the pic and write a comment...

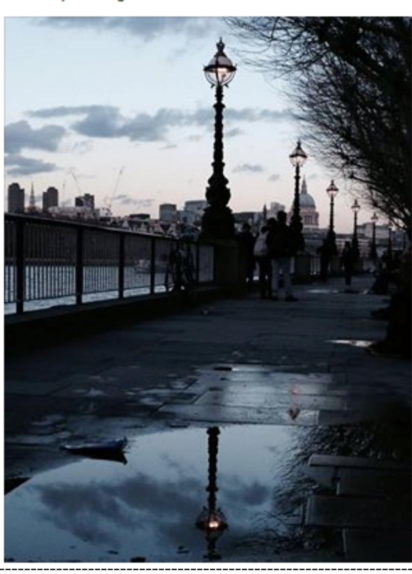
Like · Comment · Share · 9 hours ago ·

Item 15 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de punte în mediul online, în cazul marcării impresiei după vizionarea unui clip.

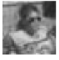


Oana Andreea

Thank you, London! For the sunny-filming day ended with a journo-butterfly feeling. And bad wine.

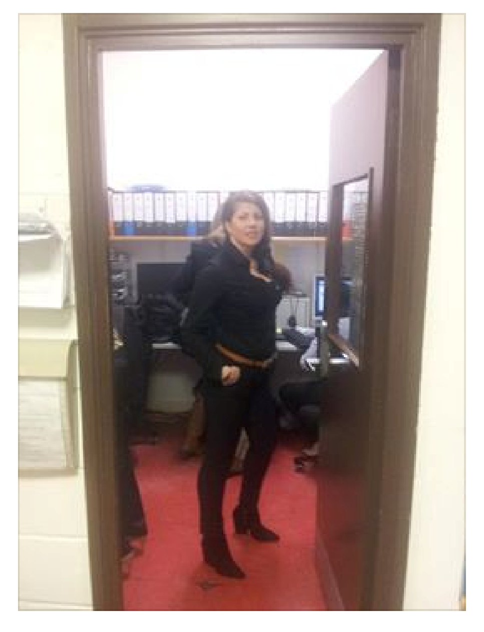


Item 16 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate. Studentă română care frecventează un ciclu de studii superioare la Londra.



Roxana

ready for staff party.



Share · 13 hours ago ·

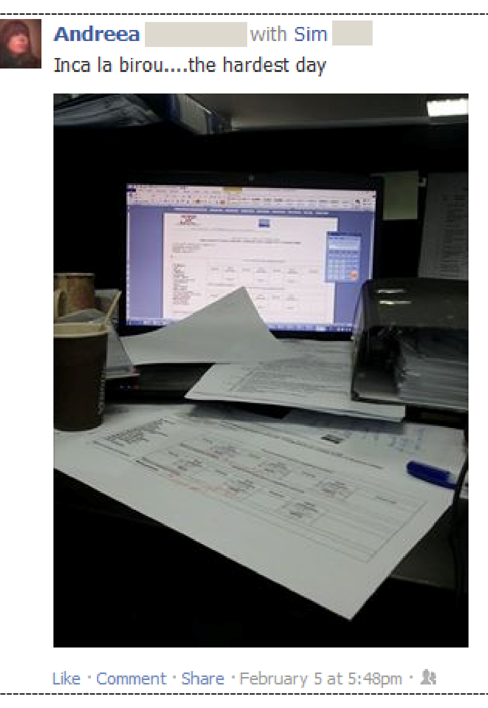
Item 17 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



Item 18 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



Item 19 – Exemplu de „netspeak" în limba engleză. Utilizatorul comută, de obicei, între trei limbi, limba franceză fiind cea în care se exprimă de preferință, mai ales când distribuie materiale online. Reacție de amuzament după lectura unui articol online.



Item 20 – Exemplu de comutare de cod intra-propozițională. În cadrul frazei în limba română este inserată o parte, un cuvânt sau o locuțiune în limba engleză.



Item 21 – Exemplu de comutare de cod cu un singur element de comutare. În cazul de față, se constată prezența unui singur cuvânt de comutare (pronume demonstrativ), la distribuirea unui articol media.



Ioan Dan with Roxana at Phuket Old Town
urban gear



Like · Comment · Share · February 5 at 1:18pm in Amphoe Muang Phuket, Thailand ·

Item 22 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Utilizator cosmopolit, care se stabilește, anual, în diferite zone ale lumii, unde trăiește și lucrează pentru mai multe luni.



Alin
O gura de aer, as usual.

http://adevarul.ro/news/societate/meningita-morala-1_52eea051c7b855ff560451c4/index.html



„Meningită morală”
adevarul.ro

Item 23 – Exemplu de comutare de cod preferențială, extra-propozițională, cu un singur element de comutare. Se constată prezența unei singure locuțiuni de comutare (cu marcă a modalității), la distribuirea unui articol media.

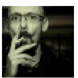


Roxana
"And when the night falls in around me
I don't think I'll make it through"
http://www.youtube.com/watch?v=rguhxKEBlr4



3 Doors Down - Landing In London (All I Think About Is You)
youtube.com
Music video by 3 Doors Down performing Landing In London (All I Think About Is You). (C) 2006

Itemii 24 și 25 – Comutare lingvistică prin inserarea unor texte (cântece, poezii, fragmente aparținând unor culturi străine) sub forma citării, directă sau indirectă. Citările însoțesc, de obicei, hyperlinkul către clipul de pe Youtube sau din cadrul altui serviciu de distribuire de fișiere video.

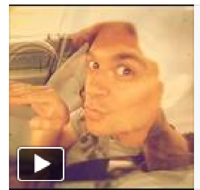


Ioan Dan

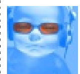
Mood of the day:

Running to the border
Of our consciousness's disorder
Our vision extends
To the beauty of the sunrise
Saying our last goodbyes
And time suspends

http://www.youtube.com/watch?v=fKEXYFEYsGU



byron - Road Trip (new single 2012)
youtube.com
Download the new album "30 Seconds of Fame" - Bandcamp: http://byron.bandcamp.com/album/30-seconds-of-fame - iTunes:



Alin

Chiul si recul. A love story. Pooped a little...

http://9gag.tv/v/3125



WTF! This Is Probably The Most Unexpected Video You'll Watch Today (Just Keep Watching) | 9gag.tv
9gag.tv

Item 26 – Exemplu de alternare lingvistică devenită convențională. Mesaj telegrafic în care prima parte este în limba română, iar următoarele propoziții scurte în limba engleză; comutare de cod inter-propozițională.



Laura via **HuffPost Tech**

38 percent of 3- to 5-year-olds can write their own name. 57 percent can operate a tablet.



So, Kids These Days Can Use Smartphones Before They Learn To Write Their Names
www.huffingtonpost.com

Item 27 – Scurt comentariu de conținut în limba engleză la distribuția unui articole (*share*), în limba engleză, limbă de legătură în mediul online.



Alin

Este, de departe, cea mai criminala pomana electorala de pana acum. Wow! Si daca nu te prinzi de ce, eu unul nici n-am de gand sa-ti explic, ca mi s-a acrit de prosti.

Mi-am tot zis, de asta-vara-ncoace, sa nu ma mai mir ca prostul, sa ma astept la orice. Felicitari Ponta, iar m-ai lasat zgait in monitor.

Si nu in ultimul rand: Victor Ponta Presedinte! Pentru ca Traian Basescu.

http://economie.hotnews.ro/stiri-finante-16537733-facilitati-pentru-persoanele-care-credite-banci-salariu-maxim-1610-lei-lunar-rata-redusa-timp-doi-ani-credit-fiscal-dupa-aceasta-perioada.htm

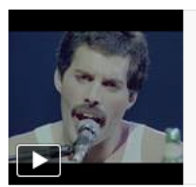
Item 28 – Comentariu politic în limba română (limba de bază) cu inserția unei interjecții din limba engleză.



Alex

I don't play music. Music plays me. 🙂

http://www.youtube.com/watch?v=aA2IRoPFIn0



Queen - Somebody To Love - HD Live - 1981 Montreal
youtube.com

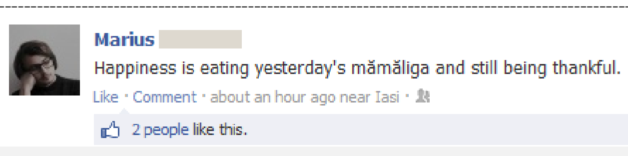
Item 29 – Reproducerea unui fragment (deși lipsesc semnele citării) dintr-in interviu faimos cu Freddie Mercury (solistul trupei Queen).
Comutare lingvistică prin inserarea unor texte (versuri ale unor cântece, poezii, expresii idiomatice) însoțite de hyperlinkuri cu trimiteri la materiale video conexe.



Item 30 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



Item 31 – Comutare lingvistică prin inserarea unor texte (versuri ale unor cântece, poezii, fragmente aparținând unor culturi străine) sub formă de citare, directă sau indirectă.



Item 32 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Comutare de cod cu un singur cuvânt de comutare în limba română în cadrul unei propoziții în limba română.



Itemii 33 şi 34 – Exemplu de selecţie a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



Item 35 – Urare în limba engleză. Utilizator român stabilit în străinătate, acolo unde limba naţională nu este engleza.



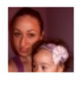
Laura Elena

La Suisse, cernée par des pays membres de l'UE, avait accepté d'ouvrir progressivement dès 2002 son marché du travail aux 500 millions d'actifs de l'Union. Tablant à l'origine sur 8.000 arrivants par an maximum, le pays a toutefois dû faire face au débarquement annuel d'environ 80.000 nouveaux travailleurs, ce qui a provoqué la colère du parti UDC (droite populiste), le parti le plus important du Parlement suisse. Ce parti est à l'origine du référendum. Si le "oui" l'emporte dimanche, la Suisse rétablira des quotas et contingents d'immigrés en fonction de ses besoins, un système avec lequel elle a vécu avant les accords bilatéraux avec l'UE et qui représente beaucoup de tracasseries administratives, dénoncées par les employeurs.

See Translation



Item 36 – Comentariu în limba franceză la distribuirea unui articol (*share*) (în limba franceză). Exemplu de competență lingvistică în limba franceză.



Alexandra Roxana

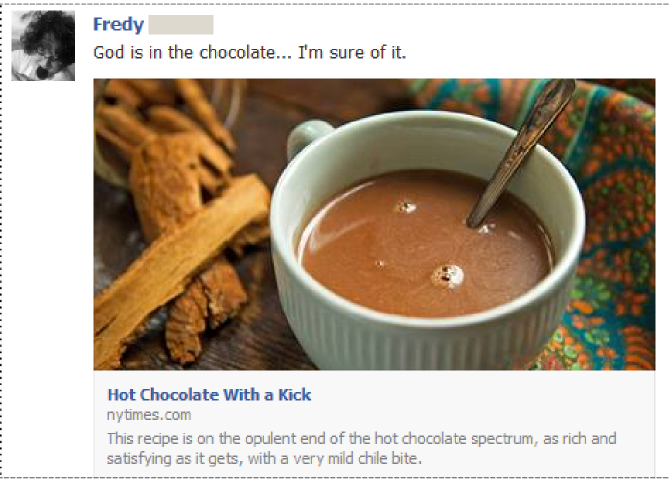
Yammy ♡



Item 37 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul unei interjecții în limba engleză.

Item 38 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul distribuirii unui articol în limba engleză.

Fredy
God is in the chocolate... I'm sure of it.



Hot Chocolate With a Kick
nytimes.com
This recipe is on the opulent end of the hot chocolate spectrum, as rich and satisfying as it gets, with a very mild chile bite.

Itemii 39 și 40 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul unei intervenții minimale – numărătoarea inversă. Comentariile care urmează sunt în limba română.

Radu feeling happy
Only two days left
Like · Comment · Share · 15 minutes ago ·

Alex Until?
6 minutes ago · Like

Silvia commented on her own status.

Silvia
5 days to go — feeling excited.
Like · Comment · Share · 3 hours ago near Iasi ·

Alina likes this.

Andrei Si eu!
43 minutes ago · Like

Silvia Tu unde pleci?
23 minutes ago · Like

Andrei Aha, deci pleci undeva!
13 minutes ago · Like

Silvia Aha, deci tu nu pleci. Deci ce faci?
6 minutes ago · Like

Andrei :Mai stringeam materiale de pe FB si ma uitam la statusurile astea incomplete, cum e al tau.
a few seconds ago · Like



Item 41 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate (incert). Utilizator român stabilit de curând în Anglia. Parafrazarea ca tip de discurs repetat.

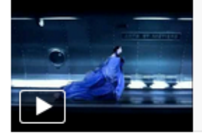


Item 42 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în scrierea unui comentariu în engleză la distribuirea unui articol de pe Web.



Cinemateca

Did you know that the divine Kar Wai Wong directed this commercial? The beautiful Eva Green for Dior, directed by the master, what can you wish more?



DIOR MIDNIGHT POISON
www.youtube.com
One of my favorits videos, i really love the art in this and the blue color ñ.ñ enjoy it.. By Dior..

Item 43 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul distribuirii unui videoclip publicitar.



Elena at Fiumicino International Airport Terminal 2

Verso Civitavecchia .... Brr che freddo ❄❄❄

Like · Comment · Share · 15 minutes ago in Rome, Italy ·

Item 44 – Exemplu de comutare de cod ca marcare a apartenenței la o nouă comunitate; utilizator român emigrat în Italia de mai mulți ani.



Elena via **BBC World News**

Mais, suite aux déclarations de la Corée du Nord selon lesquelles elle se comportera envers la Corée du sud "selon les lois du temps de guerre", Moscou a appelé les deux Etats coréens à faire preuve de retenue, indique un communiqué du ministère russe des Affaires étrangères publié samedi.

See Translation



N Korea in 'state of war' with South
www.bbc.co.uk

Like · Comment · Share · about an hour ago ·

Item 45 – Exemplu de competență lingvistică în limba franceză și selecția limbii străine pentru a rezuma un articol de presă în limba engleză distribuit în cadrul Facebook.



Irene
12 mins · Copou ·

Cat selfie

Item 46 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul unei intervenții minimale.



Adriana
37 mins · Instagram ·

Day 31: when you feel homesick you can buy a pie from a place called Mommy. It cures everything, trust me.
#100happydays



Item 47 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul participării la un joc internațional în cadrul Facebook.



Item 48 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Utilizatorul comută, de obicei, între trei limbi, limba franceză fiind cea în care se exprimă de preferință, mai ales când distribuie materiale online.



Item 49 – Comentarii în limba italiană din partea membrilor comunității italiene în care s-a stabilit utilizatorul român care a publicat prima intervenție.



Item 50 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul urărilor de Paște.

Mee
10 hrs · Mackenbach, Germany

Paste fericit! Happy Easter!



Item 51 – Exemplu de comutare de cod inter-propozițională, în cazul urărilor de Paște, prin selecția, pe rând, a ambelor limbi pentru adresare.



Alin
11 mins

Tara asta e un film tragi-comic, si nu exagerez. As a bonus, pe om il cheama Zglobiu...

Adrian Zglobiu a fost din nou prezent marţi seară în direct, la „Sinteza Zilei". În timpul emisiunii, Mihai Gâdea l-a întrebat dacă s-a gândit la sinucidere. „Domnule Zglobiu, din momentul în care aţi fost ameninţat de organele statului, de cei din serviciile secrete, de cei de la protecţie şi pază, cum ne-aţi spus dumneavoastră sau de deţinuţii din închisoare, că veţi fi aruncat în închisoare la Poarta Albă şi acolo veţi fi violat, v-au trecut prin minte gânduri de sinucidere sau ceva de felul acesta?", l-a întrebat prezentatorul emisiunii pe constănţean.

Citeste mai mult: adev.ro/n69zio

Item 52 – Exemplu de comutare de cod realizată prin inserare / transfer. În cadrul comentariului în limba română este inserată o locuțiune adverbială, în limba engleză („As a bonus" – marcă a modalității).



Daniela commented on a link.
2 hrs

+ one city in my list of must visit 🙂



Item 53 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online.



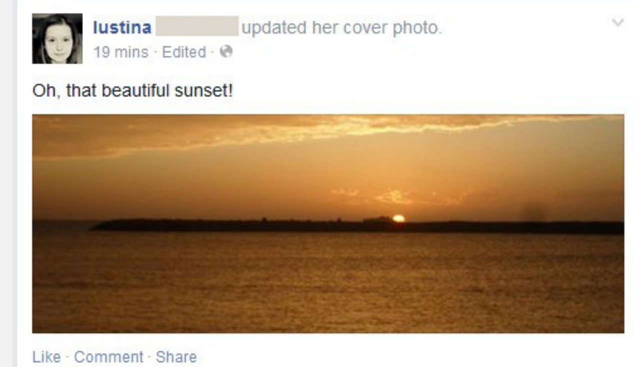
Item 54 – Citare directă, parțială (deși lipsesc semnele citării). Comutare lingvistică prin inserarea unor texte (cântece, poezii, fragmente aparținând unor culturi străine) sub formă de citare, directă sau indirectă. Citările însoțesc de obicei hyperlinkul către clipul de pe Youtube sau din cadrul altui serviciu de distribuire a unor fișiere video.



Item 55 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul distribuirii unui articol.



Item 56 – Exemplu de comutare de cod inter-propozițională (limba română și limba franceză) în cazul unei urări la masă (virtuală).



Item 57 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online, în cazul distribuirii unei fotografii.



Item 58 – Exemplu de selecție a limbii engleze ca limbă de legătură în mediul online. Utilizator cosmopolit care scrie câteva note zilnice de călătorie.

Secțiunea C) Jocuri lingvistice

Jocurile lingvistice nu sunt numai o caracteristică a copilăriei sau a vârstelor fragede. Mijloacele lingvistice pe care le au la dispoziție utilizatorii români din Facebook, tineri sau adulți, sunt poate mai complexe și mai interesante

decât cele ale copiilor. Aceste jocuri lingvistice, ilustrate în secțiunea de față, includ o serie de manifestări expresive, de la non-sens, parodie, răstălmăciri, până la rime macabre și ironizare. O serie de critici amuzante ating nivelul meta-lingvistic, corectând și atrăgând atenția asupra unor reguli gramaticale normate, care se regăsesc în secțiunea următoare.



Item 1 – Parodiere a propoziției subordonate cauzale eliptice, apărută în România în urma unui clip devenit *viral*, în social media. Utilizarea frecventă a acestei forme continuă și astăzi, în scop ironic sau parodic, deși fenomenul s-a redus în frecvență. Cel mai adesea este folosită în sensul de a critica lipsa corectitudinii gramaticale, dar sensul său a fost deturnat și a ajuns să fie folosită în aproape orice context, după cum ilustrează exemplele următoare.



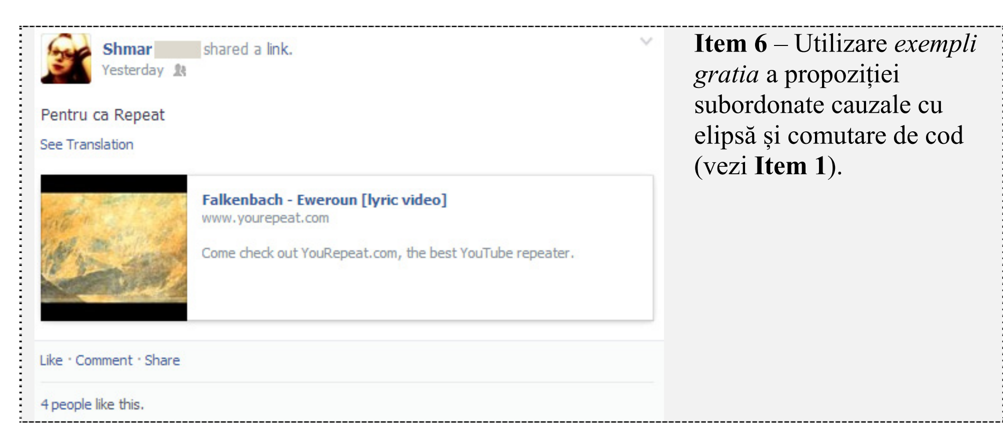
Item 2 – Utilizare parodică (incert) sau *exempli gratia* (pentru a impresiona ceilalți utilizatori cu faptul că sunt la curent cu noutatea *virală*) a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



Itemii 3 și 4 – Utilizare *exempli gratia* a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



Item 5 – Parodierea sursei „viralității” fenomenului de utilizare a cauzalei eliptice înregistrat de mediul online românesc. Memă alcătuită dintr-o captură din clipul original, în care intervievatul răspundea greșit din punct de vedere gramatical (vezi **Item 1**).



Item 6 – Utilizare *exempli gratia* a propoziției subordonate cauzale cu elipsă și comutare de cod (vezi **Item 1**).



Item 7 – Utilizare parodică a propoziției subordonate cauzale eliptice.



Item 8 – Utilizarea, prin imitație, a propoziției cauzale eliptice, fără vreun scop ironic sau parodic.



Itemii 9-13 – Utilizare parodică a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).





Alin
Este, de departe, cea mai criminala pomana electorala de pana acum. Wow! Si daca nu te prinzi de ce, eu unul nici n-am de gand sa-ti explic, ca mi s-a acrit de prosti.

Mi-am tot zis, de asta-vara-ncoace, sa nu ma mai mir ca prostul, sa ma astept la orice. Felicitari Ponta, iar m-ai lasat zgait in monitor.

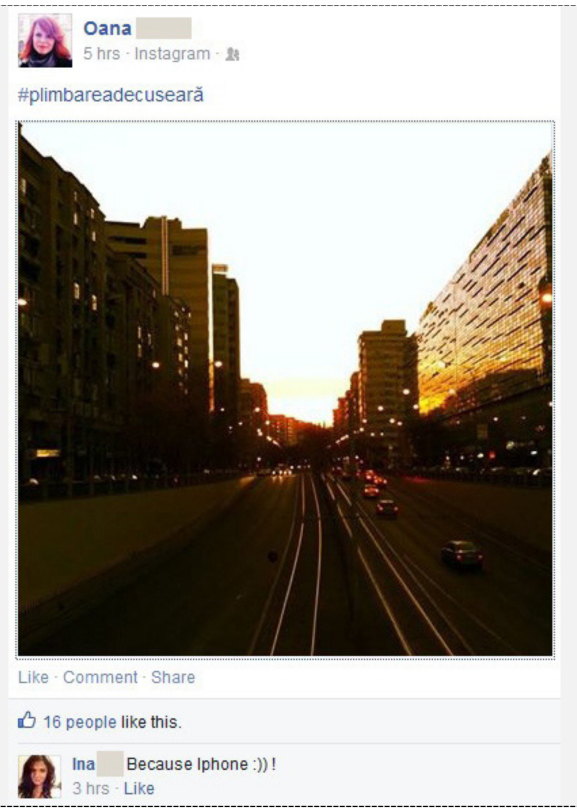
Si nu in ultimul rand: Victor Ponta Presedinte! Pentru ca Traian Basescu.

http://economie.hotnews.ro/stiri-finante-16537733-facilitati-pentru-persoanele-care-credite-banci-salariu-maxim-1610-lei-lunar-rata-redusa-timp-doi-ani-credit-fiscal-dupa-aceasta-perioada.htm

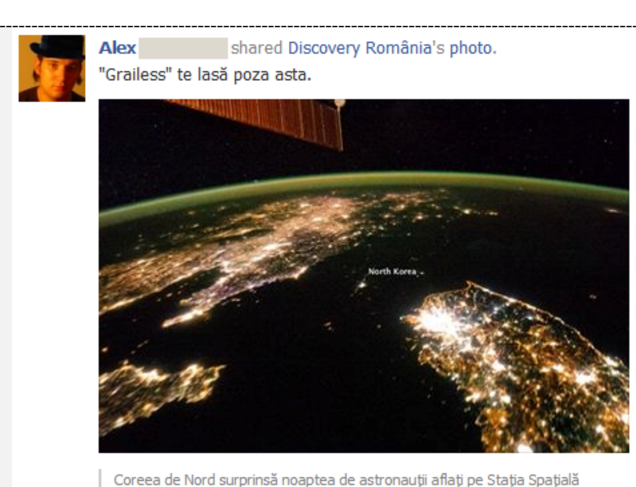
Item 14 – Utilizare parodică a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



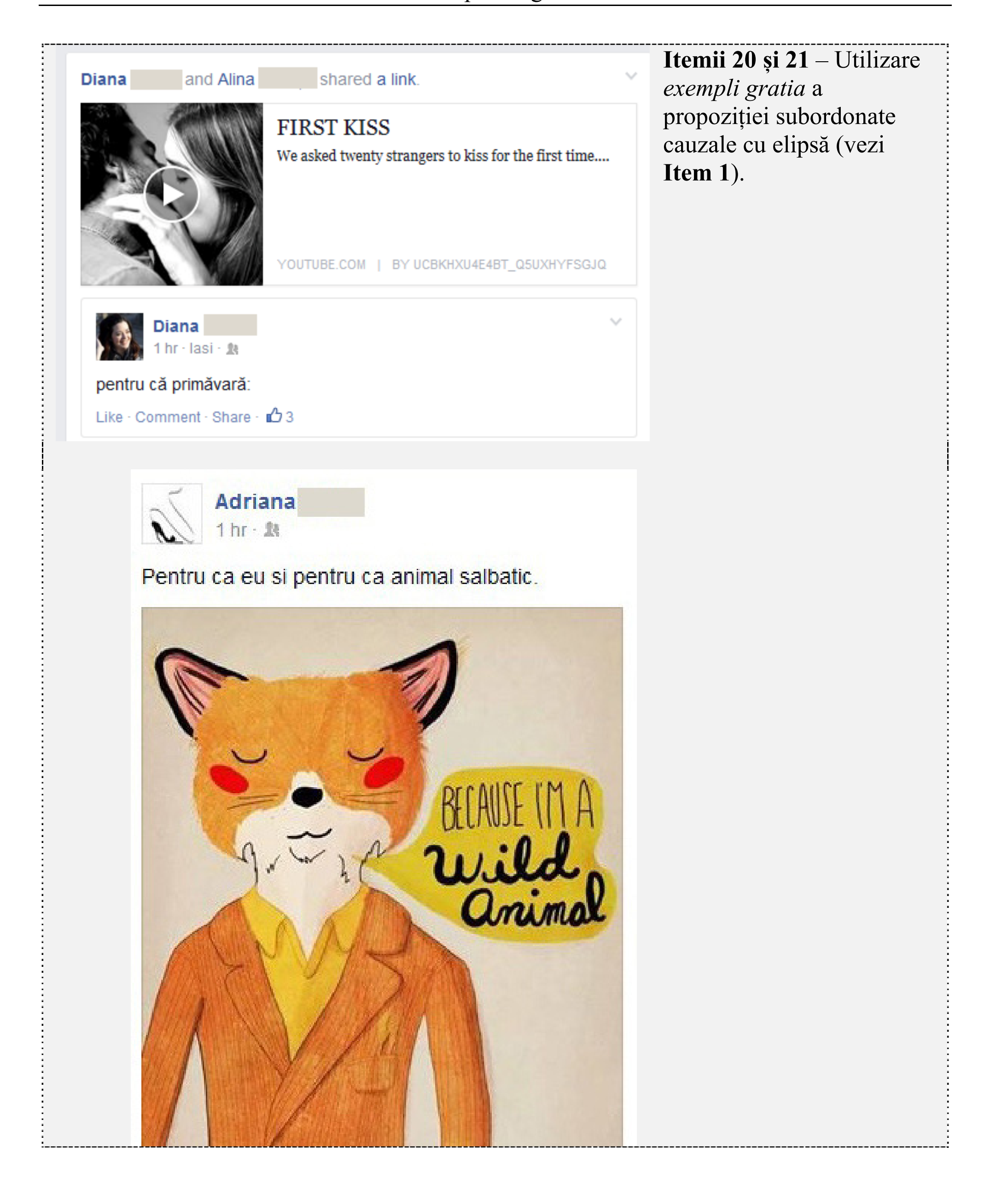
Itemii 15-17 – Utilizare *exempli gratia* a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



Item 18 – Utilizare *exempli gratia* a propoziției subordonate cauzale cu elipsă în cadrul utilizării etichetărilor tematice semantic cu „#” (vezi **Item 1**).



Item 19 – Joc lingvistic de inventare a unui adjectiv în *romgleză*, similar din punct de vedere fonetic cu un adjectiv existent (substantiv + particula *less,* ca în *speechless*, *homeless* etc.).



Itemii 20 și 21 – Utilizare *exempli gratia* a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



Item 22 – Exemplu de ironizare a mesajelor pascale ce demarează cu valoarea impersonală a verbului *a fi*.



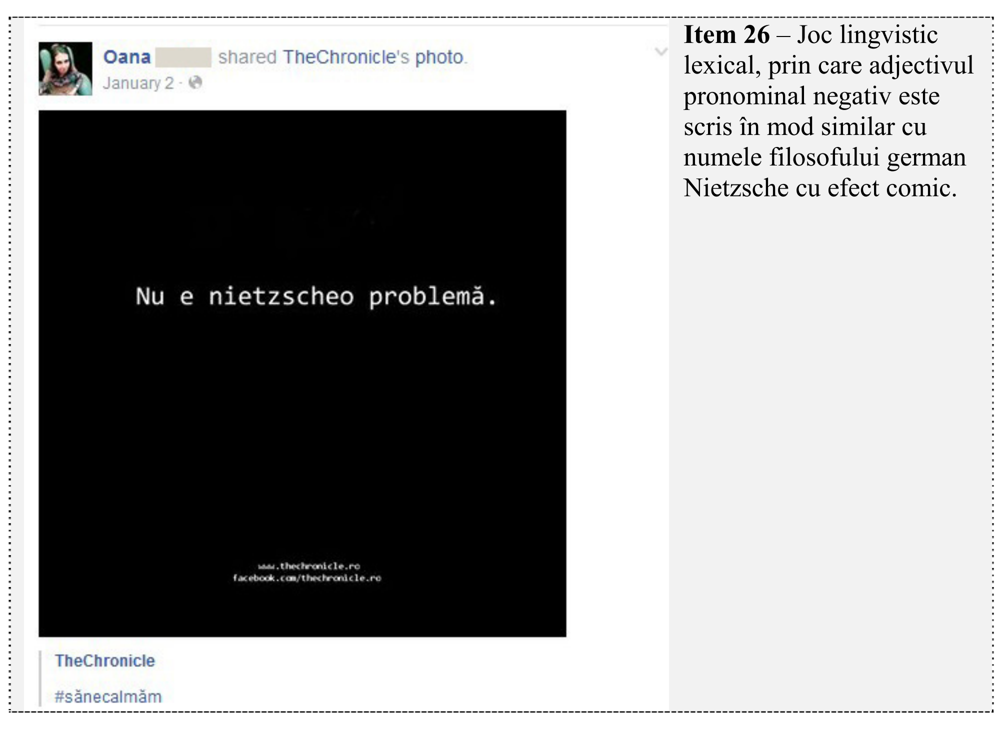
Item 23 – Exemplu de ironizare a mesajelor pascale ce demarează cu valoarea impersonală a verbului *a fi*.



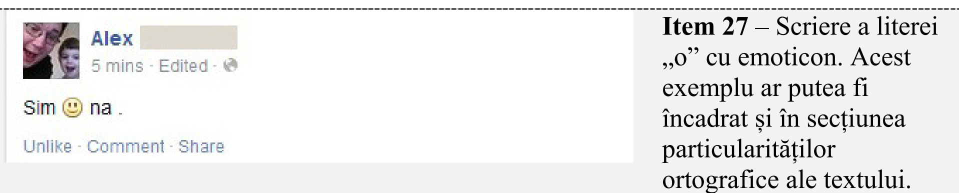
Item 24 – Joc lingvistic de scriere fonetică a subdialectului moldovenesc – urare de Ziua Internațională a Copilului.



Item 25 – Utilizare parodică (incert) a propoziției subordonate cauzale cu elipsă (vezi **Item 1**).



Item 26 – Joc lingvistic lexical, prin care adjectivul pronominal negativ este scris în mod similar cu numele filosofului german Nietzsche cu efect comic.

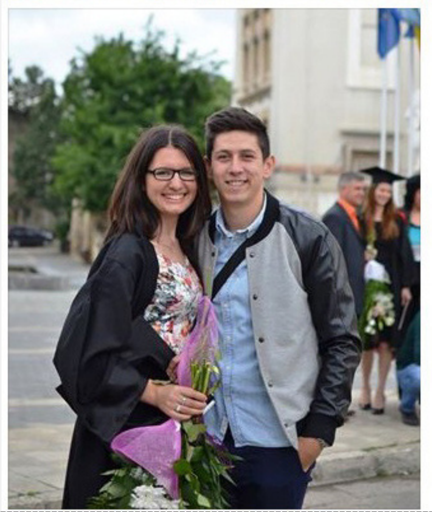


Item 27 – Scriere a literei „o” cu emoticon. Acest exemplu ar putea fi încadrat și în secțiunea particularităților ortografice ale textului.



Item 28 – Codificarea mesajului pentru a cărui descifrare trebuie o cheie ce se află, probabil, doar la unii destinatari.





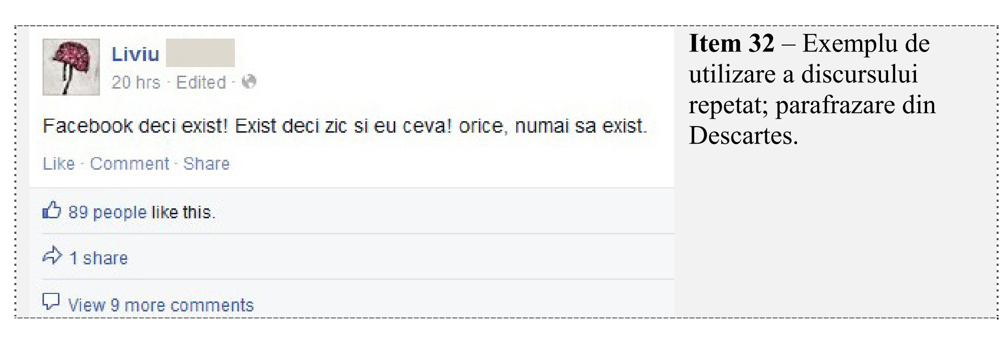
Item 29 – Exemplu de scriere fonetică a prenumelui românesc în limba engleză.



Item 30 – Exemplu de rimă „urbană”.



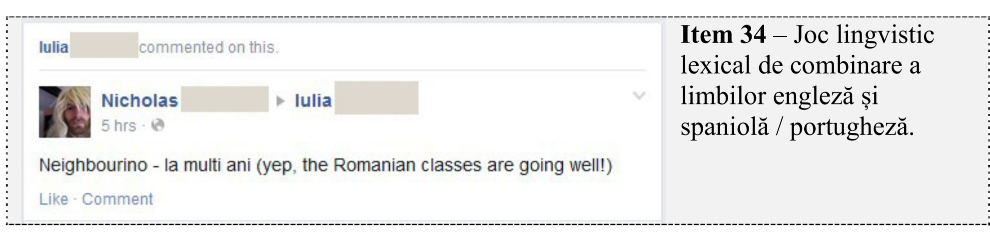
Item 31 – Exemplu de utilizare a discursului repetat; parafrazare din *Hamlet* (W. Shakespeare).



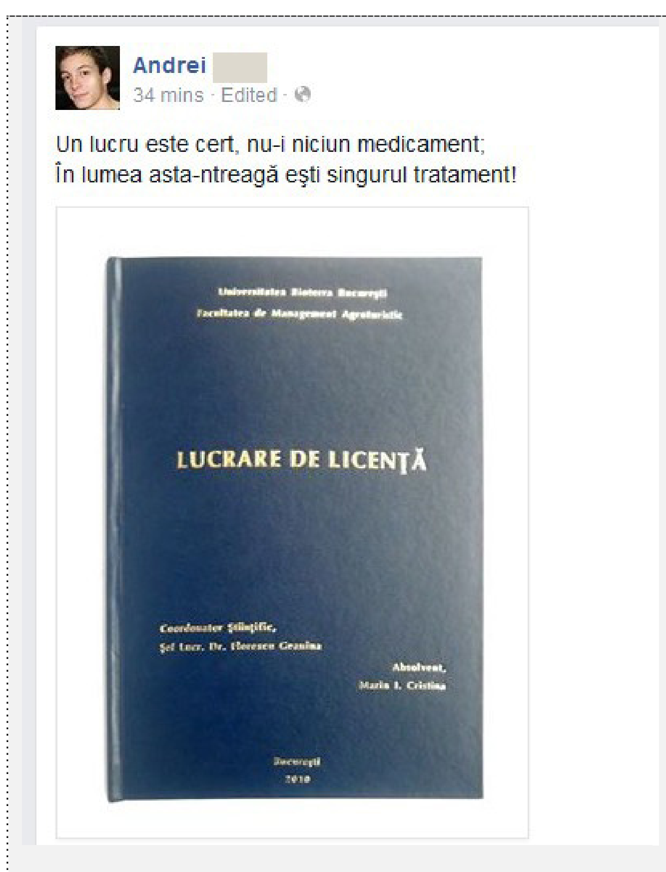
Item 32 – Exemplu de utilizare a discursului repetat; parafrazare din Descartes.



Item 33 – Parafrazare a modului dialectal în care primarul orașului Iași a prezentat trupa britanică Jethro Tull, moment ilustrat în media locală și nu numai.



Item 34 – Joc lingvistic lexical de combinare a limbilor engleză și spaniolă / portugheză.



Item 35 – Joc lingvistic în versuri despre examenul de licență.



Item 36 – *mafrendz*, scriere fonetică a expresiei din limba engleză - *my friends*.
Prezența unor caracteristici ale scrierii telegrafice, în cazul de față fără majuscule la începutul propozițiilor / frazelor.

UăiUăi - shared a link.
16 hours ago · Edited

Uăi, ia pi tini tricou di moldovian ca sî ti ochiascî ghini moldovenșili!

http://www.uaiuai.ro/tricouri/moldovenesti-barbati

See Translation

Claudiu Trimiteti si in Danemarca?
See Translation
Like · Reply · 1 · 15 hours ago

UăiUăi - Uăi, pientru momient nu jestionăm livrări interņaționali. Pi moldovienii ș moldoviențili descurcărieți i-o ajutat prietinii din țarî sau o cumpărat piersonal când o triecut pi-acasî.Ti pupăm!
Like · 2 · about an hour ago

Lili Multamesc uai! Am primit tricourile comandati si sant tari frumoasi. Au ajuns tocmai aicisa in Slovakia!
See Translation
Like · Reply · 2 · 15 hours ago

UăiUăi - Ni bucurăm, uăi, Lili! Dușim graiu' moldoviniesc pisti hotari! Sî li porț bucuroasî ș sănătoasî. Ti pupăm.
Like · 1 · 56 minutes ago

UăiUăi - shared a link.
June 10

Uăi, ia pi tini tricou di moldoviancî sî ti fudulești cî ești frumoasî!

http://www.uaiuai.ro/tricouri/moldovenesti-femei

See Translation

Itemii 37-42 – Jocuri lingvistice de scriere fonetică a subdialectului moldovenesc.



Secțiunea D) Ritualuri

Exemplele din această secțiune reunesc diferite mesaje de felicitare, urări, semnalări, grupate în jurul diferitelor evenimente anuale, sărbători (naționale, internaționale, tradiționale românești), zile de naștere și alte evenimente în care se transmit și se recepționează diferite mesaje în cadrul Facebook. Mediul online completează, astfel, iar uneori ține locul spațiului fizic, acolo unde numărul relațiilor dintre indivizii apropiați este mai mic. Puține mesaje au un destinatar unic, majoritatea mesajele transmise fiind de tipul *unu-la-mulți*. Uneori, numărul destinatarilor este finit (și definit în mod clar, cu etichetare), însă, de cele mai multe ori, mesajele se adresează unei părți semnificative din întreaga listă de prieteni sau a unei părți a destinatarilor definiți pe bază de gen, vîrstă sau ocupație.

Unele exemple din această categorie ar putea completa narațiunile personale descrise în **Secțiunea A**.



Item 1 – Urare de 1 martie, prima zi de primăvară, cu distribuire de imagine.



Item 2 – Condoleanțe I. Mesaje cu caracter privat publicate pe paginile utilizatorilor, pe care pot să le observe toți cei din lista de prieteni. Există numeroase dezbateri asupra dihotomiei public-privat în cadrul Facebook.





Item 3 – Condoleanțe II. Mesaje cu caracter privat publicate pe paginile utilizatorilor, pe care pot să le observe toți cei din lista de prieteni.



Item 4 – Rugăciune pentru sănătatea cuiva drag.



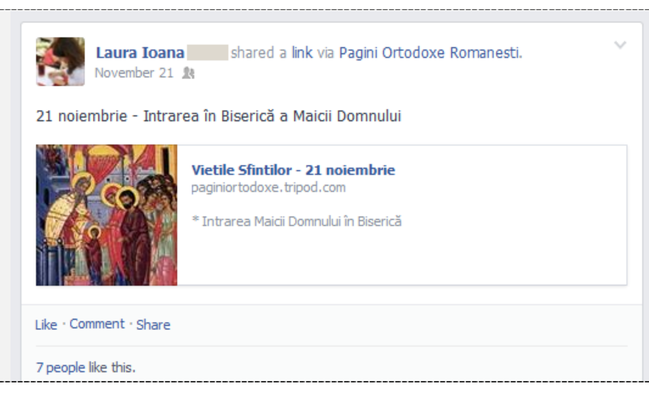
Item 5 – Cutremur I. Mesaj intenționat ironic referitor la meritul de a fi primul care publică ceva în mediul online pe care și-l arogă unii utilizatori. Scriere telegrafică, cu literă mică la începutul propoziției și după punct.



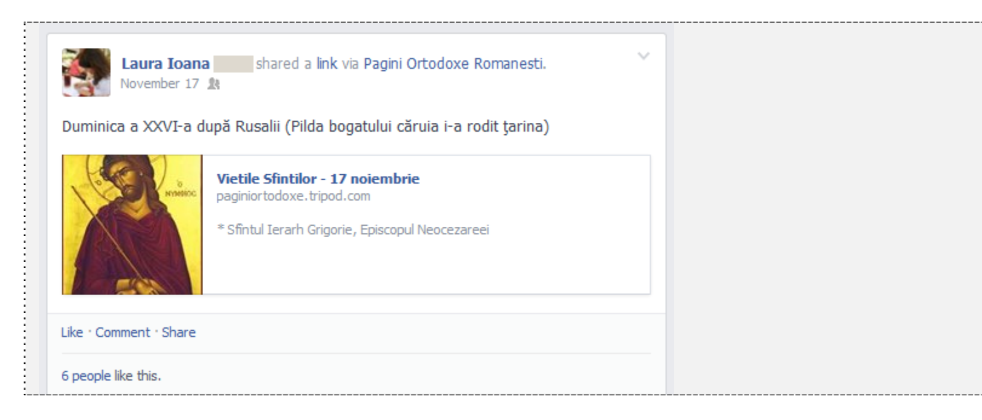
Item 6 – Cutremur II. Mesaj și comentarii despre resimțirea unui cutremur. Fiecare utilizator descrie modul în care a perceput sau a reacționat în timpul seismului.



Item 7 – Calendarul creștin ortodox (duminical), în care se publică, în rezumat, sărbătoarea ortodoxă din ziua respectivă, cu hyperlink la una dintre publicațiile online religioase.



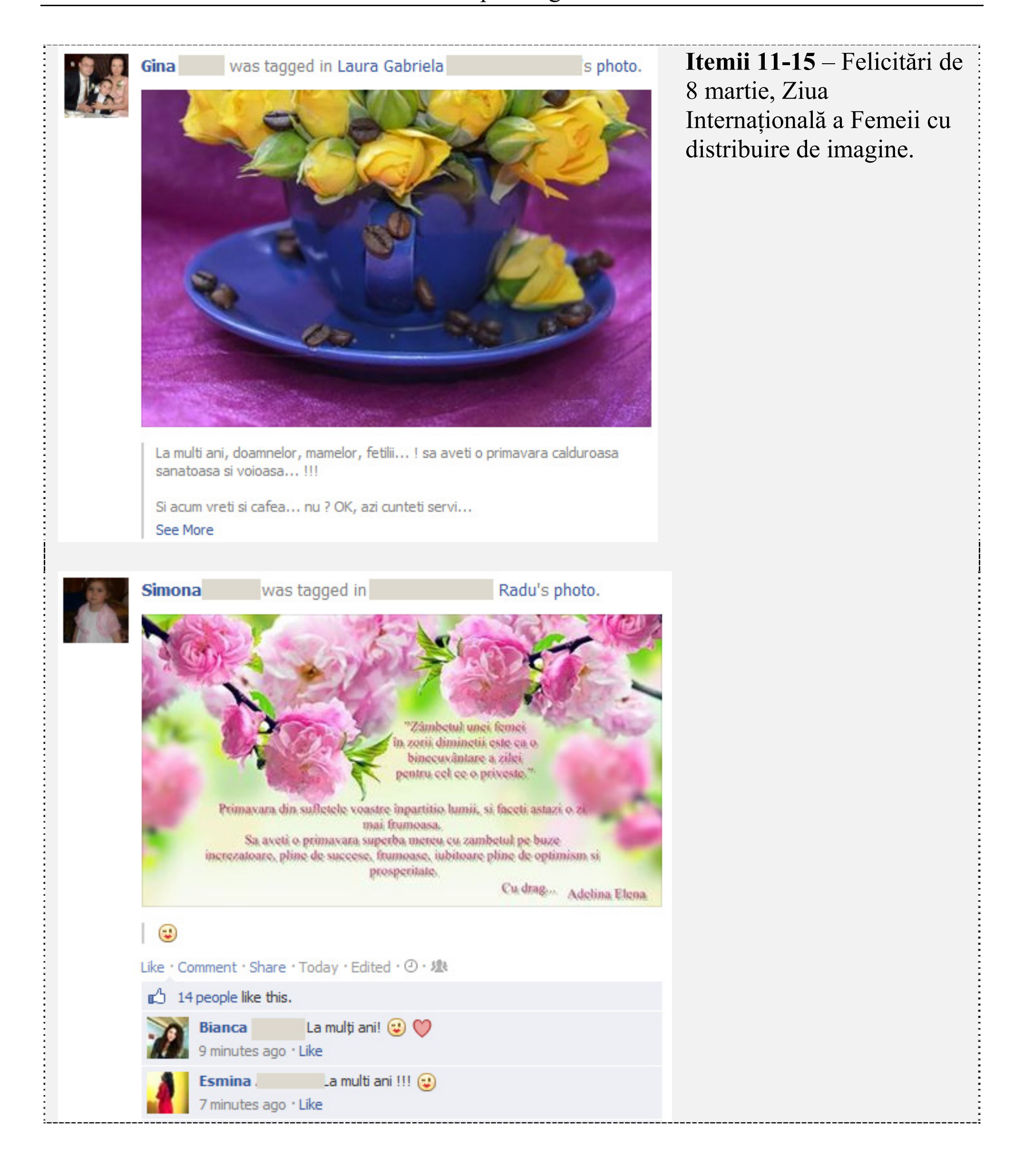
Itemii 8 și 9 – Calendarul creștin ortodox (duminical) (vezi **Item 7**).

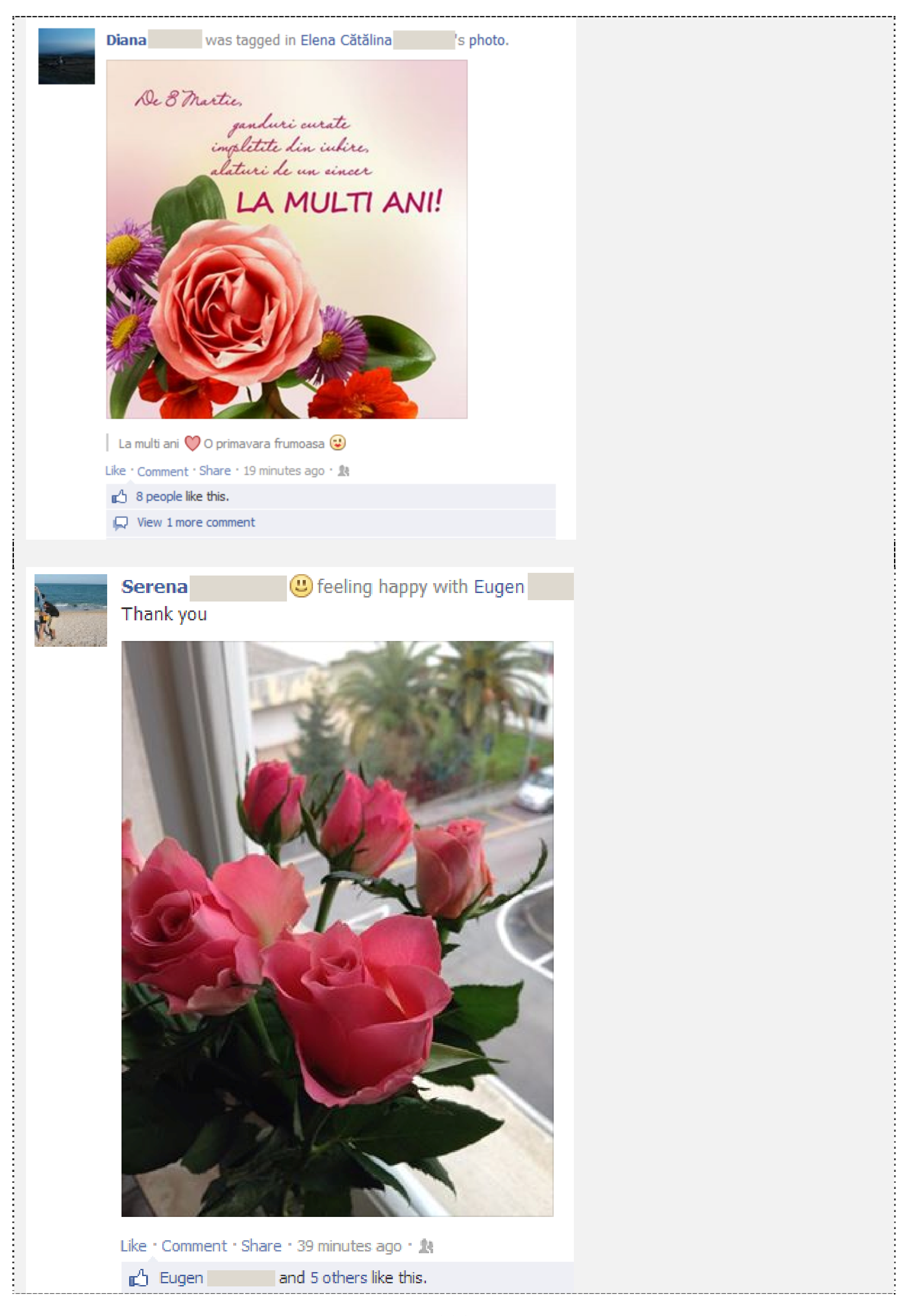




Item 10 – Comentarii despre resimțirea unui cutremur, grupate pe pagina online a unei instituții de media. Fiecare utilizator descrie modul în care a perceput sau a reacționat în timpul seismului.

Itemii 11-15 – Felicitări de 8 martie, Ziua Internațională a Femeii cu distribuire de imagine.




Diana was tagged in Elena Cătălina 's photo.
De 8 Martie,
ganduri curate
impletite din iubire,
alaturi de un sincer
LA MULTI ANI!
La multi ani O primavara frumoasa
Like · Comment · Share · 19 minutes ago ·
8 people like this.
View 1 more comment
Serena feeling happy with Eugen
Thank you
Like · Comment · Share · 39 minutes ago ·
Eugen and 5 others like this.

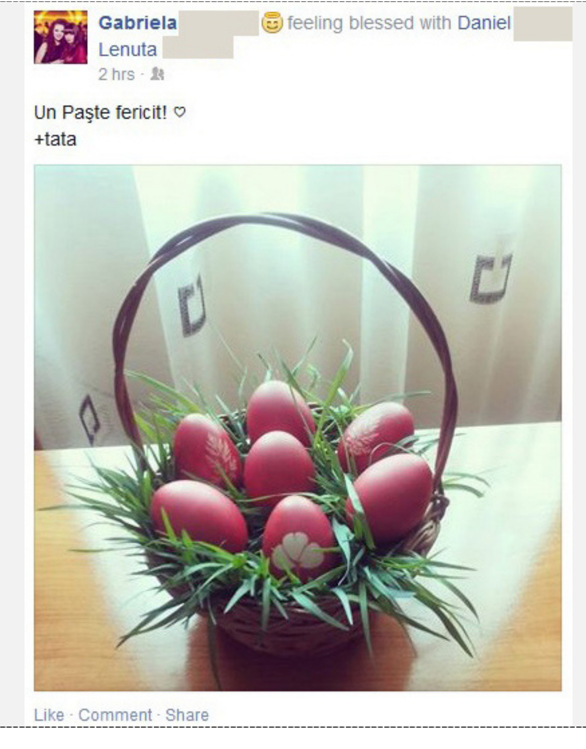




Item 16 – Urare pascală (I), cu distribuire de imagine.



Item 17 – Urare pascală (II), cu distribuire de imagine.



Item 18 – Urare pascală (III) și simbol (inimă) pentru marcarea sentimentelor.



Item 19 – Urare pascală (IV) și emoticon pentru zâmbet.



Item 20 – Urare pascală (V) din partea unei instituții sau corporații.



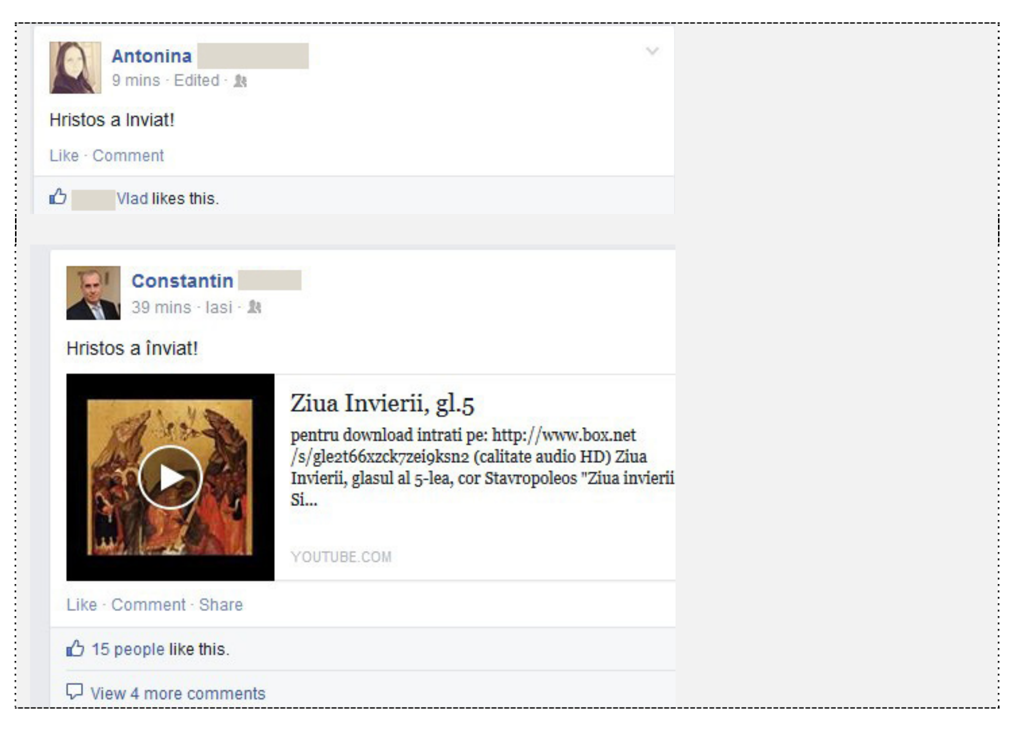
TRADITII SI OBICEIURI DIN SAMBATA MARE:
* Fiecare gospodina isi pregateste cosul care urmeaza sa fie dus la biserica pentru sfintire. In el asterne un stergar curat si pune o lumanare alba, apoi oua rosii, pasca, cozonac, oua incondeiate, o bucata de slanina, muschi de porc, sunca special preparata, zahar, faina, salata de hrean cu sfecla rosie fiarta, sare, cativa catei de usturoi, o ramura de busuioc, carnati, un miel din aluat copt intr-o forma speciala.
* Bărbații trebui... See More



Item 21 – Aducerea în atenție a unor tradiții pascale românești.

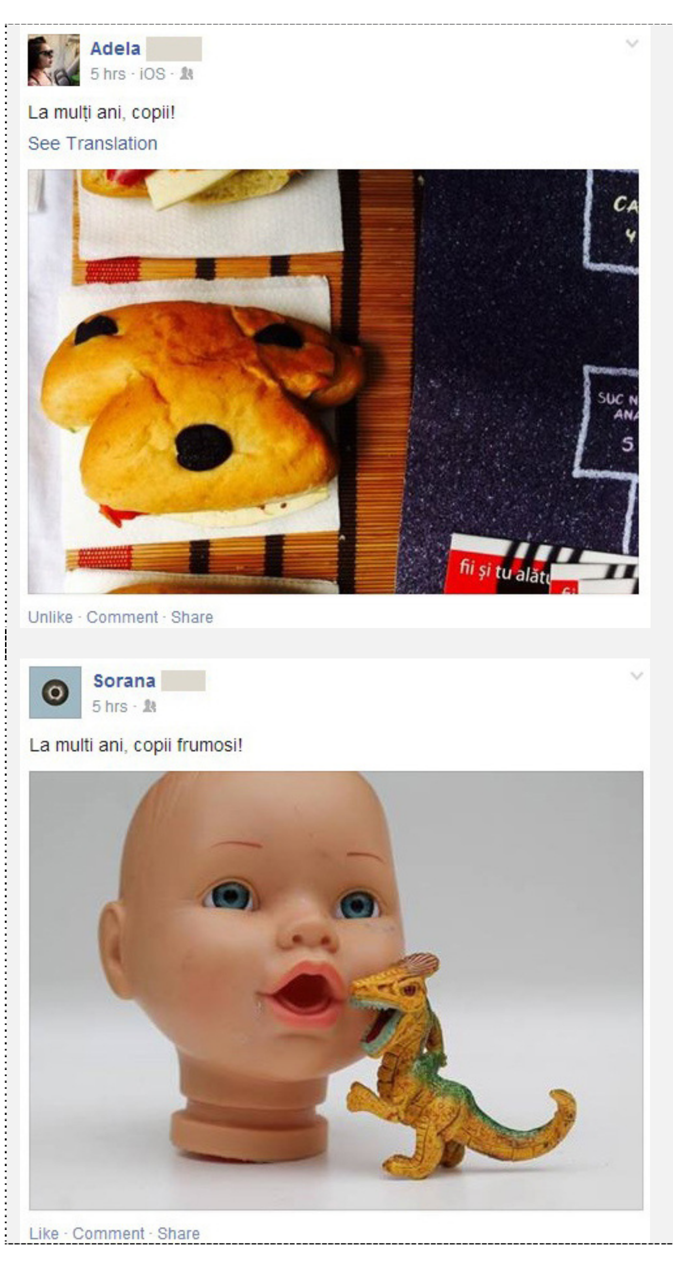


Itemii 22-25 – Urări de Înviere în comunitatea creștin-ortodoxă .





Item 26 – Urare de Ziua Internațională a Copilului.



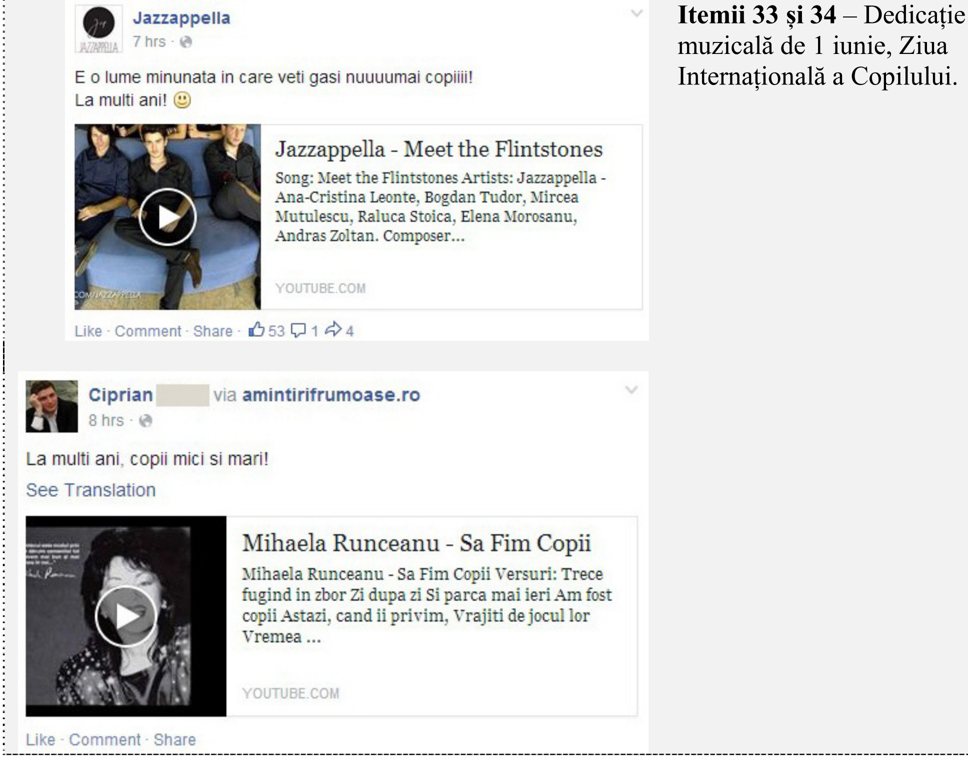
Itemii 27-31 – Urare de Ziua Internațională a Copilului (II), cu distribuție de imagine.

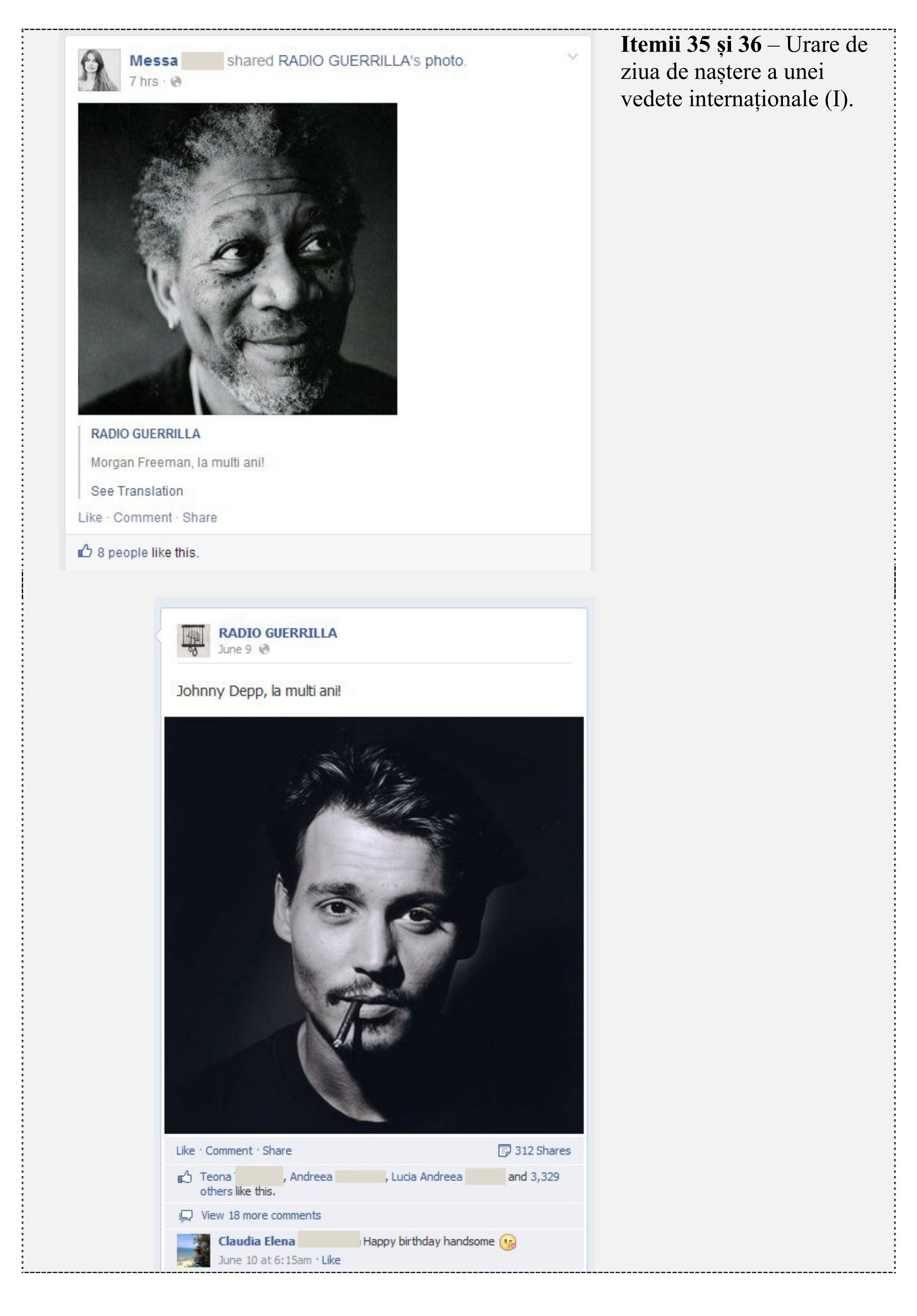


Maryia with Raluca and 7 others
6 hrs ·
La multi ani tuturor copilasilor! La multi ani noua care inca pastram o parte din copilarie in viata noastra!
See Translation
1 iunieeeeee
URAAAA!
Like · Comment · Share
Iulia and 18 others like this.
Şcoala Nr. 6 "Ioan Ciurea" added a new photo.
6 hrs ·
La mulți ani, copii!
Like · Comment · Share · 22 2



Itemii 33 și 34 – Dedicație muzicală de 1 iunie, Ziua Internațională a Copilului.





Itemii 35 și 36 – Urare de ziua de naștere a unei vedete internaționale (I).

Secțiunea E) Mesaje metalingvistice

Exemplele din această secțiune arată potențialul criticii la adresa greșelilor de exprimare sau de logică în limba română. Prin combaterea vehementă sau ironizarea fină a utilizatorilor care se abat de la normele de corectitudine gramaticală impuse, aceste mesaje cu caracter meta-lingvistic atrag atenția asupra unor reguli gramaticale normate care îi amuză, enervează sau chiar exasperează pe unii utilizatori. Frecvența lor este destul de scăzută, rigorile mediului online permițând nu numai o exprimare liberă, dar și neglijentă.



Item 1 – Florin L. despre sensurile diferite ale cuvântului *patetic*, în limba engleză și în limba română.



Item 2 – Parodiere a dezordinii logice și lingvistice de redactare a unui e-mail.



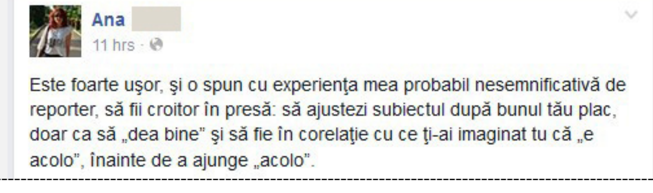
Item 3 – Mesaj umoristic pascal cu ironizarea stilului impersonal al mesajelor de felicitare.



Item 4 – Criticare a repetițiilor jocului lingvistic cu cauzala eliptică (vezi **Anexa C**, **Itemii 1-5**).



Item 5 – Critică metalingvistică la adresa modului de titrare din presa cotidiană.



Item 6 – Comentariu metalingvistic despre modul de realizare a reportajelor.

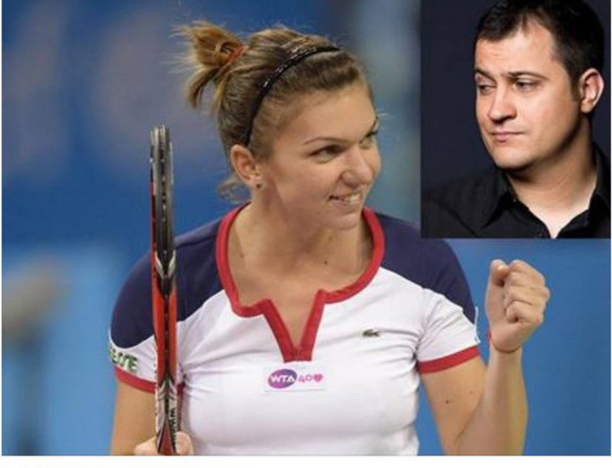


Item 7 – Semnalarea unei exprimări nefericite într-un *banner* politic.


Alin shared Libertatea.ro's photo.
16 hrs · Edited ·

Magarie tipica de tabloid romanesc. As a bonus, sa vezi acusi cum sar oile feisbuciste sa-l infiereze pe Huidu, sa vezi cum o luam de la capat cu accidentul, cu "cremenalul"...

Mi-e SCARBA ba, de voi, gazetarii de pubela, care mulgeti senzationalul din orice, rastalmacind la 180 de grade sensul, mintind prin omisiune sau construind perceptii false pe prejudecati in parte tot de voi construite. Zeama aia care se scurge din pubelele mahalalelor are mai mult caracter, profesion... See More



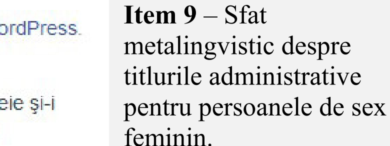
Libertatea.ro with Elena

"Daca "toanta" aia de Halep si-a micsorat sanii ca sa poata lovi mai bine mingea, sa va arate Zavoranca cele 'nespe operatii cu care defileaza mandra!". Continuarea este HALUCINANTA,

Item 8 – Comentariu metalingvistic despre modul în care sunt tratate anumite subiecte în presa cotidiană.


Diacritica published an article on WordPress.
June 9

Mă ucid ăştia la Digi cu "Preşedintele ICCJ, şantajat". E femeie şi-i preşedintă. "Preşedinta ICCJ, şantajată". Hai, că nu-i greu!


Item 9 – Sfat metalingvistic despre titlurile administrative pentru persoanele de sex feminin.


Diacritica published an article on WordPress.
May 27

Întrebarea pe care mi-am adresat-o în continuare este care dintre aceste măsuri au convins electoratul să îl trimită în PE. (Emanuela Ignatoiu-Sora, contributors.ro) Nimeni nu(-şi) mai pune întrebări în ţara asta, ţaţo! Toţi (îşi) adresează întrebări, mai... [92 more words.]

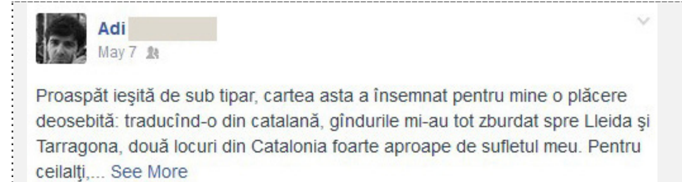
Item 10 – Comentariu metalingvistic despre prețiozitatea lingvistică: *a pune* și *a adresa* întrebări.



Item 11 – Reguli de ortografie pentru redactarea lucrării de licență.



Item 12 – Greşeli de ortografie curente întâlnite în lucrările de licență semnalate în cadrul Facebook.



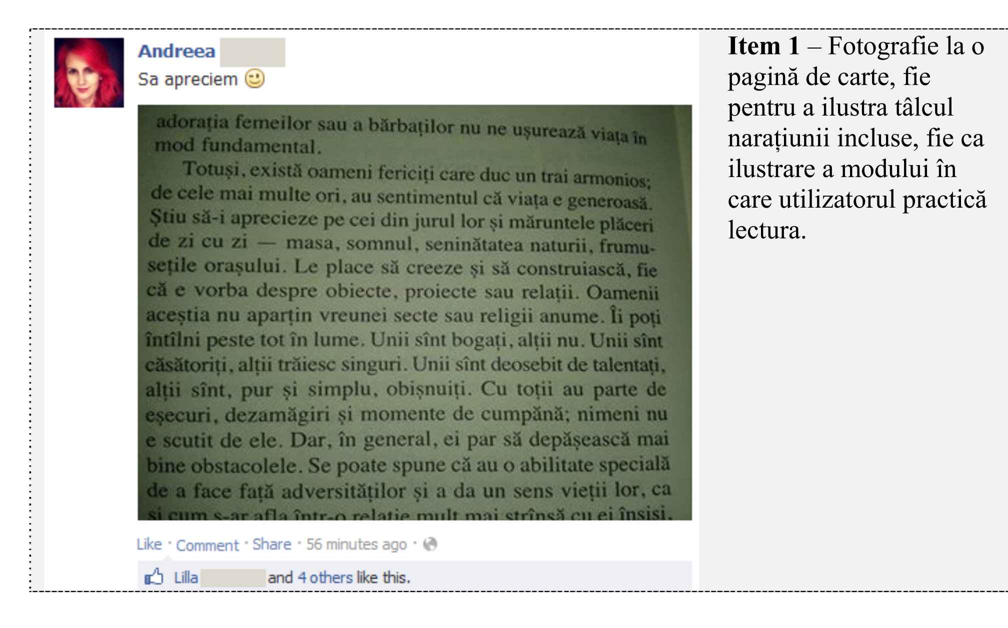
Item 13 – Impresii despre traducerea unui roman la o editură importantă.



Item 14 – Utilizarea creativă a unor simboluri folosite pentru semnalizarea rutieră. Imagine parodică la adresa unei persoane politice în intervențiile căreia au fost găsite, în cadrul Facebook, într-o anumită perioadă, numeroase greșeli gramaticale.

Secțiunea F) Limbajul în text și imagine

Exemplele din secțiunea de față evocă o evoluție a comunicării prin mijloace lingvistico-imagistice, prin utilizarea memelor (combinarea voit stupidă de text și imagine, care prezintă un grad mare de *viralitate*), dar și prin replicile acordate cu hypertexte care trimit la imagini – ca răspuns care marchează propria opinie, în urma selecției dintr-o bază de date uriașă de răspunsuri posibile. Un alt tip de exemple sunt citatele ilustrate sau fotografiile unor texte tipărite.



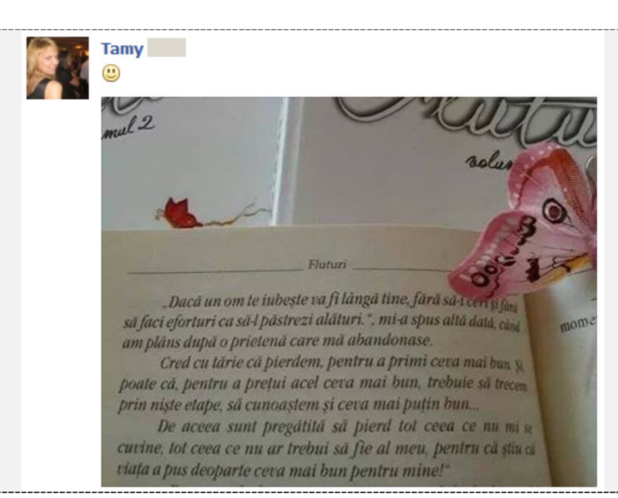
adorația femeilor sau a bărbaților nu ne ușurează viața în mod fundamental.

Totuși, există oameni fericiți care duc un trai armonios; de cele mai multe ori, au sentimentul că viața e generoasă. Știu să-i aprecieze pe cei din jurul lor și măruntele plăceri de zi cu zi — masa, somnul, seninătatea naturii, frumusețile orașului. Le place să creeze și să construiască, fie că e vorba despre obiecte, proiecte sau relații. Oamenii aceștia nu aparțin vreunei secte sau religii anume. Îi poți întîlni peste tot în lume. Unii sînt bogați, alții nu. Unii sînt căsătoriți, alții trăiesc singuri. Unii sînt deosebit de talentați, alții sînt, pur și simplu, obișnuiți. Cu toții au parte de eșecuri, dezamăgiri și momente de cumpănă; nimeni nu e scutit de ele. Dar, în general, ei par să depășească mai bine obstacolele. Se poate spune că au o abilitate specială de a face față adversităților și a da un sens vieții lor, ca și cum s-ar afla într-o relație mult mai strînsă cu ei înșiși.

Item 1 – Fotografie la o pagină de carte, fie pentru a ilustra tâlcul narațiunii incluse, fie ca ilustrare a modului în care utilizatorul practică lectura.



Item 2 – Schimb de mesaje cu meme, cu efect comic și ironic despre subiectul discuției.



Fluturi

„Dacă un om te iubește va fi lângă tine, fără să-i ceri și fără să faci eforturi ca să-l păstrezi alături.”, mi-a spus altă dată, când am plâns după o prietenă care mă abandonase.

Cred cu tărie că pierdem, pentru a primi ceva mai bun. Și poate că, pentru a prețui acel ceva mai bun, trebuie să trecem prin niște etape, să cunoaștem și ceva mai puțin bun...

De aceea sunt pregătită să pierd tot ceea ce nu mi se cuvine, tot ceea ce nu ar trebui să fie al meu, pentru că știu că viața a pus deoparte ceva mai bun pentru mine!”

Item 3 – Fotografie la o pagină de carte, fie pentru a ilustra un sens al narațiunii incluse, fie doar ca mod de a arăta „practicarea” lecturii.



Item 4 – Memă actuală și joc de cuvinte între un produs culinar tradițional și versurile unei melodii a lui Snoop Dogg (*rapper* american).



Item 5 – Felicitare digitală (text + imagine) simbolică pentru ritualul pentru care a fost concepută. Cele mai multe exemple se găsesc în **Secțiunea D**.



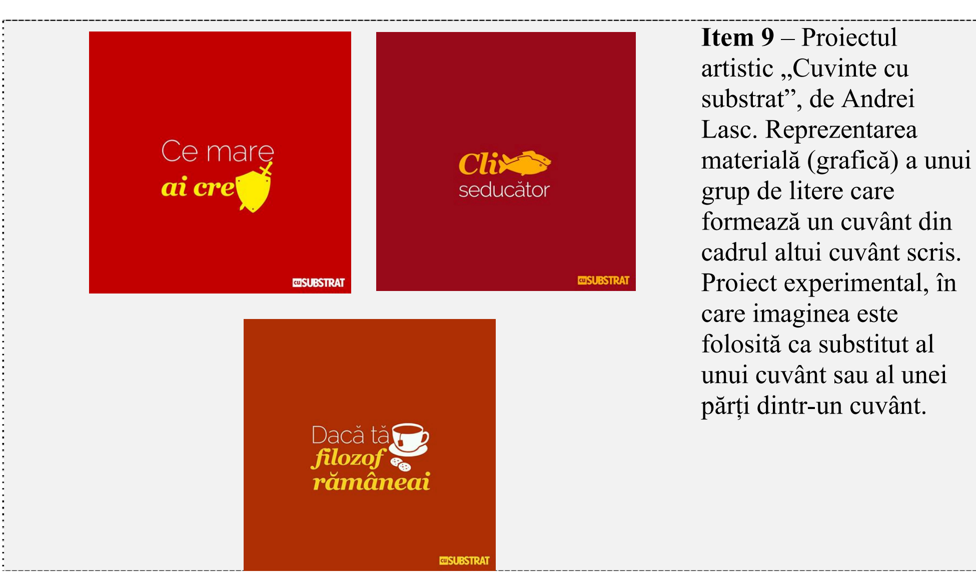
Item 6 – Felicitare digitală (text + imagine) simbolică pentru ritualul pentru care a fost concepută. Cele mai multe exemple se găsesc în **Anexa D**.



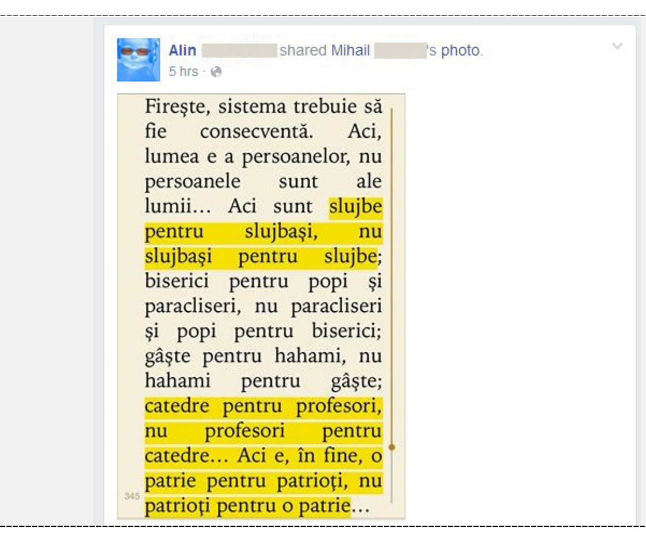
Item 7 – Memă parodică la adresa obiceiurilor de iarnă și parafrazarea tendențioasă a urărilor din preajma Anului Nou.



Item 8 – Memă cu mesaj metalingvistic, prescriptiv, realizat într-un mod ironic. În același timp, un exemplu de întrebare disjunctivă.



Item 9 – Proiectul artistic „Cuvinte cu substrat”, de Andrei Lasc. Reprezentarea materială (grafică) a unui grup de litere care formează un cuvânt din cadrul altui cuvânt scris. Proiect experimental, în care imaginea este folosită ca substitut al unui cuvânt sau al unei părți dintr-un cuvânt.



Fireşte, sistema trebuie să fie consecventă. Aci, lumea e a persoanelor, nu persoanele sunt ale lumii... Aci sunt slujbe pentru slujbaşi, nu slujbaşi pentru slujbe; biserici pentru popi şi paracliseri, nu paracliseri şi popi pentru biserici; gâşte pentru hahami, nu hahami pentru gâşte; catedre pentru profesori, nu profesori pentru catedre... Aci e, în fine, o patrie pentru patrioţi, nu patrioţi pentru o patrie...

345

Item 10 – Captură foto cu text dintr-un articol jurnalistic din presa tradițională.



Item 11 – Imagine cu mesaje creative scrie cu un font special.



Item 12 – Urare de „La mulți ani!” de Ziua Internațională a Copilului. Memă care valorifică modelul posterului motivațional, tipărit de guvernul britanic înainte de izbucnirea celui de-al Doilea Război mondial. Sensul unei meme, cel de a fi în mod voit stupid și ironic, a fost deturnat, în mare parte.



Item 13 – Felicitare electronică de Ziua Internațională a Copilului.



Item 14 – Memă critică referitoare la des întâlnitele mesaje religioase de pe platforma online.



Item 15 – Memă în limba română, sub formă de benzi desenate, creată și distribuită de studenți înainte de examenul de licență; meme care reflectă anxietățile cotidiene.



Item 16 – Memă în limba română, care parodiază un cunoscut personaj dintr-un celebru film SF, creat și distribuit de studenții înainte de examenul de licență.



Item 17 – Memă în limba română, care parodiază un personaj dintr-un popular film fantastic, creat și distribuit de studenți înainte de examenul de licență.



Item 18 – Memă în limba română, care se parodiază folclorul și cultura rurală, creat și distribuit de studenți înainte de examenul de licență.

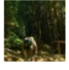


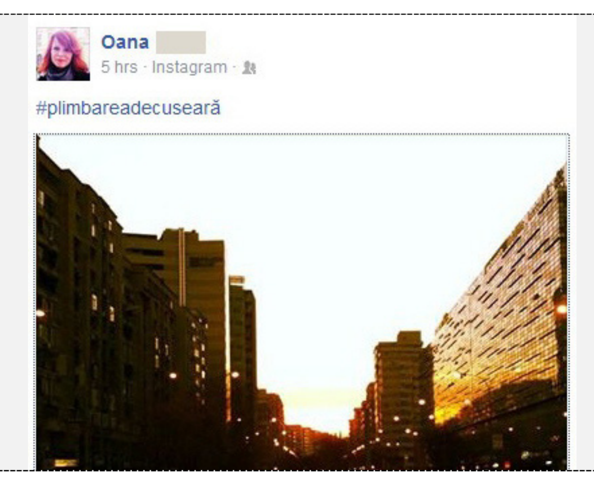
Item 19 – Limbaj *LOLcat* nedeturnat în niciun fel (original).

Secțiunea G) Sintaxa și lexicul interfețelor

Exemplele de față reunesc elemente lingvistice folosite la realizarea diferitelor interfețe de către programatori și uneltele din cadrul platformelor online folosite de către utilizatori. Cele mai multe simboluri realizează etichetări tematice, care gravitează în jurul noilor subiecte de discuție populare (*trends*, *topics*) sau deschid opțiuni de comunicare în care se folosesc numele utilizatorilor ori se stabilesc anumite cuvinte-cheie.

Unele exemple ilustrează și modul de utilizare a unor elemente de sintaxă a intefețelor din cadrul altor platforme online și rețele sociale.

TRENDING ON GOOGLE+ • #TreeTuesday • UEFA Champions League • #SXSW • #TransportTuesday • Billy Joel	**Item 1** – *Google+ Trends* – Tendințe lingvistice în rețeaua socială Google+. Etichetele lingvistice indică cele mai populare subiecte de discuție.
Florentina [redacted] @filmrep 4 hrs Noul film al lui Robert Redford, în închiderea CINEPOLITICA fb.me/1XqC0XhGB Expand	**Item 2** – Sintaxă Twitter: mesaj cu inserție de hyperlink.
George [redacted] @george_c iar vorbiți de Vasile? RT “@danielapetrescu: Exista cazuri atestate in istorie in care cineva sa agate cu "salut, frumoaso"?” Expand Reply Retweet Favorite More	**Item 3** – Sintaxă Twitter: redistribuire de către un utilizator a unei intervenții a altui autor.
 Irina [redacted] @irina[redacted] Cate dileme are lumea :)) Is it OK to photograph your food? guardian.co.uk/lifeandstyle/w... View summary	**Item 4** – Sintaxa Twitter și comutare de cod.
Lavinia [redacted] @Lavinia[redacted] ce credeti? si la mine #AMR3 Expand	**Item 5** – Sintaxă Twitter cu marcarea intervenției cu *hashtag* și abreviere.
 Ioan [redacted] http://www.youtube.com/watch?v=6fMrMTerVSg  Dire Straits - Iron Hand www.youtube.com Dire Straits - Iron Hand Like · Comment · Share · about an hour ago near Iasi · 2 people like this.	**Item 6** – Sintaxă Facebook cu hypermedia (link la un clip de pe Youtube).



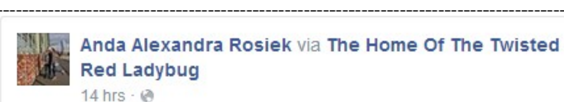
Item 7 – Utilizarea etichetării (*hashtag*) cu cuvinte în limba română, pentru încadrarea tematică a unei intervenții în cadrul Facebook.



Day 31: when you feel homesick you can buy a pie from a place called Mommy. It cures everything, trust me.
#100happydays



Item 8 – Utilizarea etichetării (*hashtag*) în cadrul unui proiect internațional în cadrul Facebook.



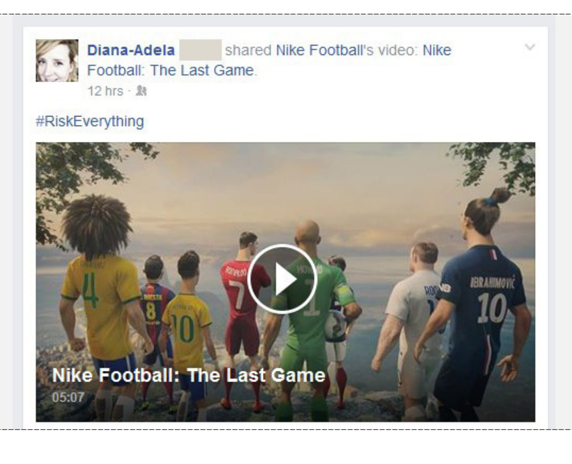
#hobby #passion #collector #postcards #husband #friendship #university #projects #belgium #bruxelles

Like · Comment · Share

Item 9 – Utilizarea etichetării multiple cu cuvinte în limba engleză (*hashtag*) în cadrul Facebook.



Item 10 – Sintaxă Facebook cu prezența elementelor de etichetare (*hashtags)* și a URL-urilor.



Item 11 – Sintaxă Facebook, cu *hashtag* și hyperlink la un clip video.



Item 12 – Sintaxă Facebook, cu *hashtag* și cu distribuire de imagine.



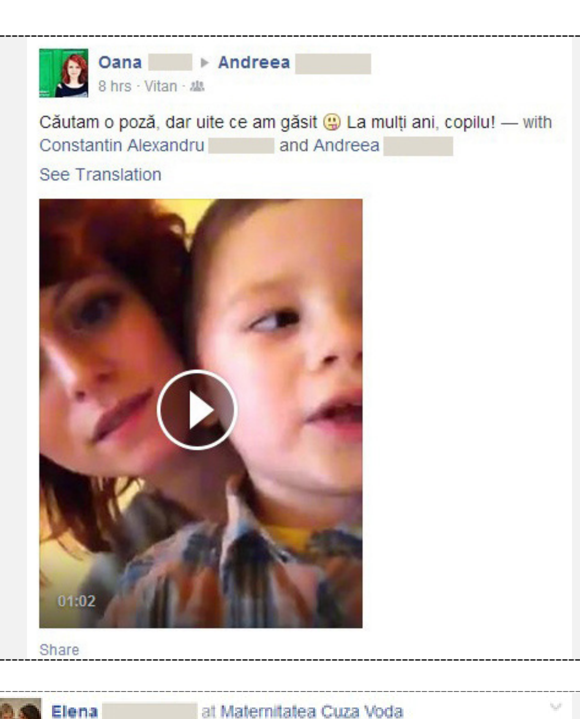
Item 13 – Interfață schematizată prin care utilizatorul își poate înregistra, în cadrul Facebook, momentele importante din viață, precum marcarea sfârșitului unei relații afective.

Secțiunea H) Narațiunea autobiografică

Exemplele din această secțiune demonstrează câteva din modurile posibile în care oamenii vorbesc (povestesc) despre ei în rețeaua socială Facebook. Narațiunea personală în scris (pentru că am urmărit, preponderent, materialul scris și am inclus imaginile sau înregistrările video doar acolo unde erau însoțite de text) scoate în evidență anumite momente din viața utilizatorului, momente pe care acesta le consideră semnificative pentru modelarea impresiei celorlalți utilizatori. După cum arătam într-un capitol anterior, actualizările de pe Facebook (*status updates*) sunt, de obicei, enunțuri scurte, orientate unidirecțional, în mod rapid, adresate unui grup neomogen de utilizatori. Din punct de vedere lingvistic, se remarcă utilizarea pronumelui personal persoana I singular sau plural, propoziții sau fraze eliptice. Ori de câte ori un individ spune o poveste, în mod precis, acesta obține un statut, feedback social și își întărește legăturile cu ceilalți indivizi.



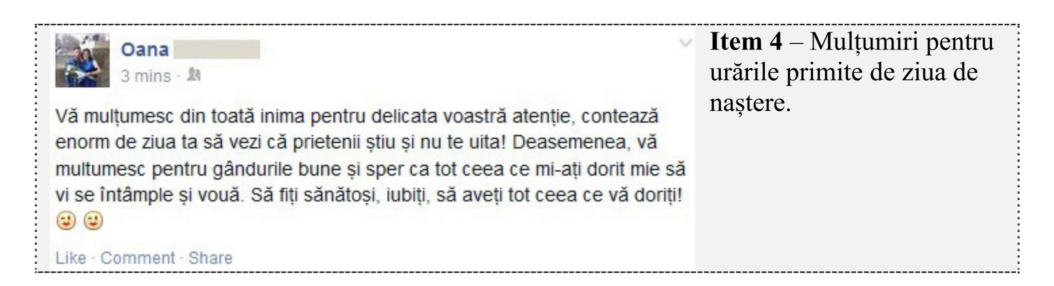
Item 1 – Urare cu ocazia aniversării zilei de naștere sau de Ziua Internațională a Copilului, cu destinatar identificabil, prin care se marchează atașamentul afectiv.



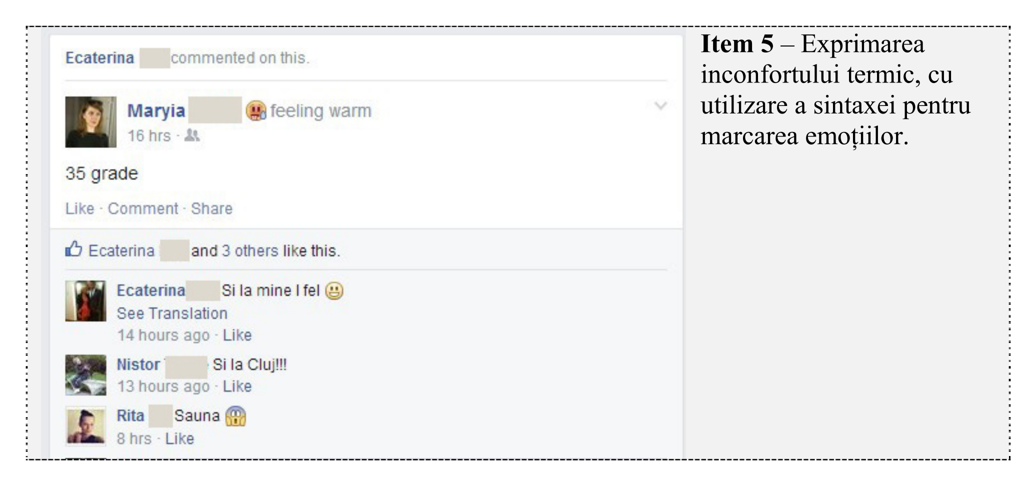
Item 2 – Urare personalizată de Ziua Internațională a Copilului, cu inserarea unui clip propriu, pentru marcarea atașamentului afectiv.



Item 3 – Publicarea impresiilor despre nașterea propriului copil, cu inserție de imagine.



Item 4 – Mulțumiri pentru urările primite de ziua de naștere.



Item 5 – Exprimarea inconfortului termic, cu utilizare a sintaxei pentru marcarea emoțiilor.



Item 6 – Utilizator care anunță că vacanța sa s-a încheiat.



Item 7 – Publicarea unei reuşite profesionale (jurnalistice).



Item 8 – Publicarea, în mediul online, a lucrării de licenţă, după doi ani de la redactare şi absolvire. Includerea în intervenţie (prin intermediul elementelor de interfaţă) şi a profesorului coordonator, de asemenea utilizator de Facebook.

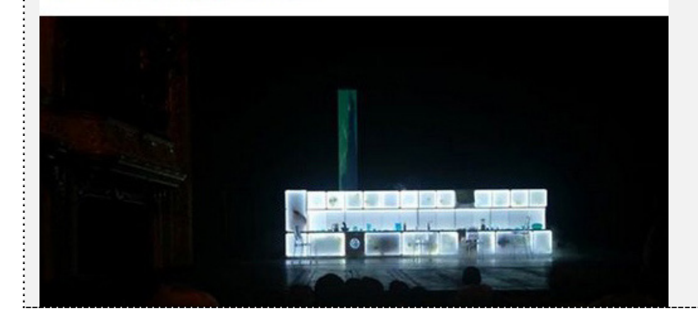


Femeia mării nu le-a prea păcut prietenilor mei. În ceea ce mă privește, m-a fermecat. Am înțeles, cred, de ce teatrul nu este printre preferințele mele. Mi-am dat seama că încerc să evit teatrul pentru că e un contact prea direct, o relație prea intimă, cu oamenii de pe scenă, în care nu ai cum să nu te prinzi. Ambele situații posibile devin un pic stînjenitoare, fie că te vrăjește (prea mult), fie că te dezamăgește (prea tare). La fel ca o femeie, a mării sau a uscatului, wherever.

Mi-a plăcut piesa lui Radu Afrim, deși mi-a fost puțin milă de actori. N-am văzut teatru mai fizic. Nici nu am fost la multe piese, dar poate că am să mai merg.

Se mai joacă pe 19, parcă.

P.S. Este și un pasaj din Steven Wilson, din The Raven that Refused to Sing 😃 — with Irene and 2 others.



Item 9 – Impresii personale despre o reprezentație teatrală și de promovare a spectacolului.

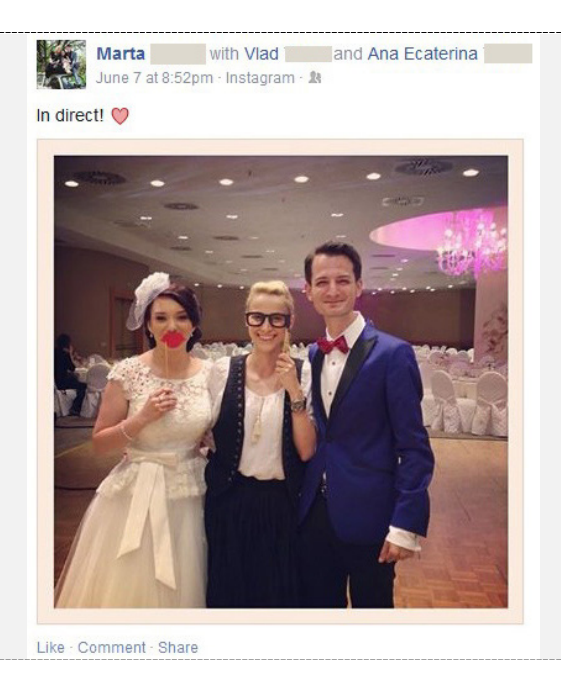


Sînt un laş, nu am tăria să văd finalul meciului. Aşa că prefer să scriu şi dintr-un soi de superstiţie, pe care am avut-o şi în alte dăţi, cînd români pe care îi admiram erau în momente teribil de grele, iar eu îmi luam imaginaţia de mînă şi fugeam cu ea cît mai departe. Am tot spus, zilele astea, că mă declar irevocabil fericit şi satisfăcut de experienţa mea de suporter al Simonei Halep. O fac,... See More

Item 10 – Impresii despre unul dintre meciurile de tenis ale Simonei Halep.



Item 11 – Mesaj-anunț care însoțește un hyperlink de promovare a propriului articol de pe blogul personal.



Item 12 – Publicare, „în direct”, a unei fotografii de la o petrecere.



- Da" căpșuna asta de ce are blăniță?
- E mucegai, Filip, nu e blană...

Like · Comment · Share

Item 13 – Consemnarea dialogurilor amuzante cu copilul din familie.



Ana-Maria
13 hrs · BlackBerry Smartphones App ·

citeva zeci de lungimi de bazin si te simti ca baudelaire in 'jurnale intime. paradisuri artificiale', o carte despre vin, hasis si alte chestiuni extatice. rog a nu se interpreta. cartea o gasiti la anticariat (editura pandora m). pentru inot, puteti incerca bazinul de la facultatea de medicina. nu-ti trebuie mercedes in parcare ca sa-ti faci abonament 🙂

Like · Comment · Share

Item 14 – Narațiune personală despre anumite momente ale zilei.



Petru
June 5 at 5:15pm ·

Am ajuns intr-o tara membra NATO si aliat traditional al Americii unde e mai bine sa stii rusa decât engleza...

Like · Comment · Share

Item 15 – Impresii turistice. Observație metalingvistică despre componența naționalităților care vizitează Turcia. Exemplul ar putea fi încadrat și în secțiunea E.



Liviu added 26 new photos.
14 hrs · Edited ·

Satu Mare, Zilele Acolada - 2

A trebuit sa schimbam locul intilnirii de dupa-amiaza, intrucit vocile noastre iricit de sonore n-ar fi putut rivaliza cu manelele din restaurantul in care se petrecea sarbatorirea unui botez! La invitatia lui Dumitru Pacurariu, am mers in ansamblul sau de cazare si alimentatier publica - care se cheama Poesis! -, unde am stat in gradina, dar am pozat si interiorul restaurantului, unul din putinele din Ro care imi evoca Cracovia. S-a potrviti foarte bine tricoul Mrozek! Am vizitat si pozat si redactia Informatia zilei, ziarul sau, intr-o cladire la fel de frumos retro aranjata. Am pozat un pic si pe strazile care duc din centrul vechi la Poesis... S-au lansat multe carti, de Saluc Horvath, Radu Mares, Petru Ursache,Adrian Dinu Rachieru, Pavel Susara si am dezbatut aprins, desi sinergic, chestiuni privind istoria literara...



Item 16 – Impresii turistice și culturale, în urma unor călătorii prin țară.

i



Item 17 – Publicarea unei fotografii prin care utilizatorul arată modul în care și-a îmbunătățit competențele fotografice.



Itemii 18 și 19 – Jurnal de bucătărie.

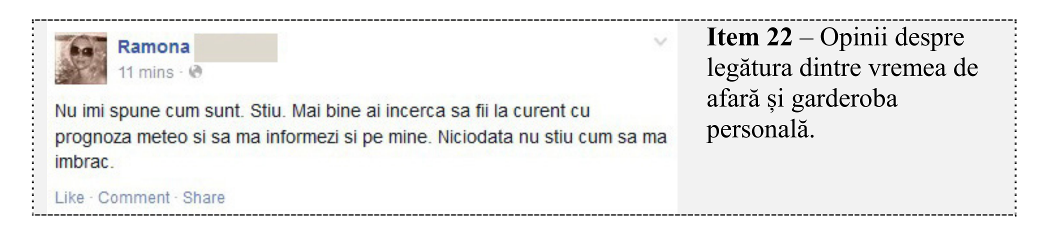




Item 20 – Interfață schematizată prin care utilizatorul își poate înregistra, în cadrul Facebook, momentele importante din viață, precum marcarea sfârșitului unei relații afective.



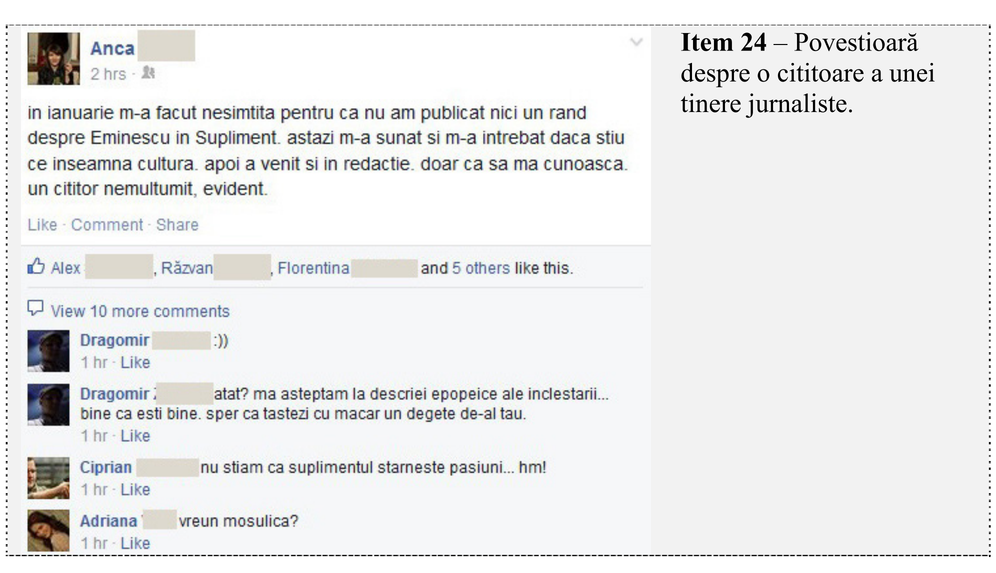
Item 21 – Mesaj-anunț care însoțește un hyperlink de promovare a propriului articol de pe blogul personal.



Item 22 – Opinii despre legătura dintre vremea de afară și garderoba personală.



Item 23 – Opinii despre serviciile unui operator mobil.



Item 24 – Povestioară despre o cititoare a unei tinere jurnaliste.

Concluzii

Sperăm ca rezultatele teoretice, dar mai ales corpusul constituit din exemple lingvistice și situații de comunicare autentice ale studiului publicat în cadrul acestui volum vor putea fi utilizate, ulterior, atât în domeniul lingvisticii teoretice, cât și în domeniul lingvisticii aplicate, acolo unde practicienii vor putea apela şi la acest corpus în elaborarea uneltelor informatice pentru cercetarea conținutului lingvistic, pentru Web-ul semantic, clasificarea de documente, poate chiar crearea de aplicații diverse.

Următorii pași pe care îi putem face în direcția unei deschideri a materialului colectat și catalogat în paginile prezentului corpus ar fi codificarea datelor într-o schemă tehnică recunoscută internațional și publicarea online a materialului.

Pentru filologul de astăzi, corpusul online poate constitui un câmp de cercetare extrem de fertil, iar uneltele digitale și metodele pe care le poate alege, începând de la cele de tip *mainstream* (utilizate în mod obișnuit pentru muncă de birou, pentru organizarea datelor personale sau în scop educațional) ce pot fi deturnate către cercetare și terminând cu aplicațiile specializate, create de către alți cercetători și puse la dispoziția comunității oamenilor de știință, sunt extrem de numeroase. Textul generat de către utilizatori în mediul online oferă posibilități de analiză noi și poate fi abordat din direcții diferite[1], din punct de vedere lingvistic, al teoriilor comunicării sau al pragmaticii.

Într-un deceniu al operărilor informatice în domeniul lingvistic, sperăm ca lucrarea de faţă să îşi găsească o poziţie statornică în rândul preocupărilor lingvistice moderne, prin diversitatea abordărilor teoretice asupra unui mediu preponderent tehnic, nuanţe de maximă importanţă pentru înţelegerea stadiului şi a evoluţiei limbii române actuale și, în fond, pentru a rămâne în acord cu mottoul lucării, pentru înțelegerea societății în care trăim.

[1] În această idee, am propus articolul *Unelte și metode digitale în cercetarea comunicării mediate de calculator. Importanța corpusului online* (*1st International Conference Perspectives in the Humanities and Social Sciences: Hinting at Interdisciplinarity,* Iași, România, 23-24 mai 2014), apărut între timp la adresa: http://www.philologica-jassyensia.ro/upload/X_1supl_Stipiuc.pdf

Bibliografie

Andriescu, Raluca Maria, *Comunicarea mediată de computer*, teză de doctorat, coord. Liliana Ionescu Ruxăndoiu, Universitatea din București, 2011.

Androutsopoulos, Jannis, *Sociolinguistics and computer-mediated communication*, în „Journal of Sociolinguistics", 10/4, 2006.

Antonesei, Liviu, *Polis şi Paidea. Şapte studii despre educaţie, cultură şi politici educative*, Iaşi, Polirom, 2005.

Aronin, Larisa; Singleton, David; *Multilingual*, John Benjamins Publishing, 2012.

Auer, P., *From codeswitching via language mixing to fused lects: Towards a dynamic typology of bilingual speech*, în „International Journal of Bilingualism", 3, 1999.

Austin, J. L., *How to Do Things with Words*, Oxford University Press, 1962.

Ban, Marcel-Teodor, Miclea, Manuel, *Dicționarul explicativ de calculatoare*, Editura Tehnică, 1994.

Barbovschi, Monica; Diaconescu, Maria (eds), *Teenagers' Actions and Interactions in Central and Eastern Europe. Potentials and Empowerment, Risks and Victimization*, Cluj University Press, 2008.

Baron, N. S., *Letters by phone or speech by other means: The linguistics of email,* „Language and Communication", Vol. 18, Nr. 2, aprilie 1998.

Bauman, R., *Performance*, în R. Bauman (ed.), *Folklore, cultural performances, and popular entertainments*, New York, Oxford University Press, 1992.

Berners-Lee, Tim; Fischetti, Max, *Weaving the Web*, Barnes & Noble, 2001.

Bernstein, B., *Elaborated and restricted codes: their social originsand some consequences*, „American Anthropologist", Vol. 66, Nr. 6, 1964.

Bhatia, Tej. K.; Ritchie, William C., *The Handbook of Bilingualism*, Blackwell Publishing Ltd., 2006.

Biber, D., *Spoken and written textual dimensions in English: Resolving the contradictory findings*, „Language", 62/2, 1986.

Bidu-Vrânceanu, Angela *et. al.*, *Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, Editura Nemira & Co., Bucureşti, 2005.

Bochmann, Klaus; Dumbrava, Vasile (ed.), *Limba română vorbită în Moldova istorică*, Vol. I, Leipziger Universitätsverlag GmbH, 2002.

Bright, W. (ed.), *Sociolinguistics*, The Hague, Paris, 1966.

Brown, Gillian; Yule, George, *Discourse analysis*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.

Brown, Penelope; Levinson, Stephen C. *Politeness. Some universals in language use*, Cambridge University Press, 2004.

Bruthiaux, P., *Predicting challenges to English as a global language in the 21st century,* „Language Problems and Language Planning", Vol. 26, Nr. 2, 2002.

Bucholtz, M.; Hall, K., *Theorizing identity in language and sexuality research*, „Language in Society", 33, 2004.

Cameron, Deborah; Kulick, Don, *Language and Sexuality*, Cambridge University Press, 2003.
Cameron, Deborah, *Language, gender, and sexuality: current issues and new directions*, „Applied Linguistics”*,* 26, 2005.
Campbell, D. T., *Evolutionary epistemology* în P. Schilpp (Ed.) *The Philosophy of Karl Popper*, La Salle, IL: Open Court, 1974.
Carden, Guy; *A note on conflicting idiolects*, „Linguistic Inquiry”, 1, 1970.
Chomsky, Noam, *Cunoaşterea limbii*, trad. Alexandra Cornilescu, Ileana Baciu și Taina Duțescu Colibar, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1996.
Cmeciu, Camelia Mihaela, *Strategii persuasive în discursul politic*, Universitas XXI, Iași, 2005.
Cole, Peter; Morgan, Jerry (Eds), *Syntax and Semantics*, Volume 3: *Speech Acts*, New York, Academic Press, 1975.
Collet, Peter, *Cartea gesturilor: Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, trad. Alexandra Borş, Editura Trei, 2005.
Coşeriu, Eugeniu, *Omul și limbajul său*, Dorel Fînaru (Ed.), trad. Dumitru Irimia (Ed.), trad. Eugenia Bojoga, Florin Bratu, A. Covaciu, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza Iași”, 2009.
Coşeriu, Eugeniu, *Socio- și Etnolingvistica. Bazele și sarcinile lor*, în *Lingvistică din perspectiva spațială și antropologică. Trei studii*, Chișinău, Editura Știința, p.140.
Coulthard, Malcolm; *An introduction to discourse analysis*, Routledge, ediția a II-a, 1985.
Coupland, N; Giles, H. și J. M. Wiemann (eds), *'Miscommunication' and problematic talk*, Newbury Park, CA: Sage, 1991.
Crystal, David, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, 2004.
Crystal, David, *English as a global language*, Cambridge, Cambridge University Press, (ediția a II-a), 2003.
Cvasnîi Cătănescu, Maria, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, Editura Universității din Bucureşti, 2006.
Danet, Brenda; Herring, Susan C. (eds), *The Multilingual Internet. Language, Culture, and Communication Online*, Oxford University Press, 2007.
Dimmick, J. W., Kline, S., Stafford, L.; *The gratification niches of personal email and the telephone: Competition, displacement and complementarity*, Communication Research, 2000.
Dumistrăcel, Stelian, *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentaţia instituirii comuniunii fatice prin mass-media*, Editura „Alexandru Ioan Cuza” Iași, 2006.
Duranti, A.; Goodwin, C. (eds), *Rethinking context: Language as an interactive phenomenon*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.
Edwards, John, *Multilingualism,* London, Routledge, 1994.
Edwards, V., Sienkewicz, T. J., *Oral cultures past and present: Rappin' and Homer*, Oxford, Basil Blackwell, 1990.
Ervin-Tripp, Susan, *Language Acquisition and Communicative Choice: Essays by Susan M. Ervin-Tripp*, Stanford University Press, 1973.
Ervin-Tripp, Susan (ed.), *Child Discourse*, New York, Academic Press Inc., 1977.
Fillmore, Charles J.; Kempler, Daniel și Wang, William S.-Y. (eds), *Individual differences in language ability and language behavior*, New York, Academic Press, 1979.

Fishman, Joshua A., *Language in Sociocultural Change. Essays by Joshua A. Fishman*, Stanford, Stanford University Press, 1972.
Fishman, Joshua A., *The new linguistic order*, „Foreign Policy”, Winter, 1998.
Franklin, Ursula, *The Real World of Technology*, Anansi, 1999.
Frâncu, Constantin, *Curente şi tendinţe în lingvistica secolului nostru*, Casa Editorială „Demiurg”, Iaşi, 1999.
Geertz, C., *Interpretation of cultures*, New York, Basic Books, 1973.
Ghiga, Georgeta, *Elemente fatice ale comunicării în româna vorbită*, Bucureşti, 1999.
Gibbs, D.; Krause, K.-L. (eds), *Cyberlines 2.0: Languages and Culture of the Internet*, Melbourne, James Nicholas Publishers, 2007.
Ginsburgh, V.; Weber S., *Language disenfranchisement in the European Union*, „Journal of Common Market Studies”, 43, 2005.
Gillon, R., *Principles of Health Care Ethics*, edited by R. Gillon, London, John Wiley & Sons, 1994.
Goffman, Erving, *Forms of Talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania, 1981.
Goffman, Erving, *Interaction Ritual. Essays in Face-to-Face Behaviour*, Garden City, New York, Doubleday et. Co, 1967.
Goffman, Erving, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY, Doubleday-Anchor, 1959.
Greenblatt, Stephen Jay, *Renaissance self-fashioning: From More to Shakespeare*, Chicago, University of Chicago Press, 1980.
Griffin, C., *Representations of youth: The study of youth and adolescence in Britain and America*, Cambridge, Polity, 1993.
Gumperz, J. J.; Hymes, D. (ed.), *Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication*, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1972.
Hall, J., *Online journalism: a critical primer*, London, Pluto Press, 2001.
Haugen, E., *The ecology of language*, în Dil A. (ed.), *The Ecology of Language: Essays by Einar Haugen*, Stanford University Press, 1972.
Heelan, P., *Space-Perception and the Philosophy of Science*, Berkeley, University of California Press, 1983.
Herring, S. C. (ed.), *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam, Benjamins, 1996.
Hoarță-Cărăușu, Luminița, *Pragmalingvistică: concepte și taxonomii*, Editura Cermi, Iași, 2004.
Hoarță-Cărăușu, Luminița, *Teorii și practici ale comunicării*, Editura Cermi, Iași, 2008.
Hoarţă-Cărăuşu, Luminiţa; Petrescu, Lăcrămioara (coordonatori), *Spaţiul lingvistic şi literar românesc în orizont european*, Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi, 2009.
Hockett, C. F., *Two lectures on writing*, „Written Language and Literacy”, 6/2, 2003.
Hume, David, *Enquiries Concerning Human Understanding and Concerning the Principles Of Morals*, Oxford University Press, 1992.
Hymes, Dell, *Foundations in Sociolinguistics: An ethnographic approach*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974.
Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, *Conversația: structuri și strategii: sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All Educational, București, 1999.

Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, *Limbaj și comunicare. Elemente de pragmatică lingvistică*, Editura All Educational, 2003.
Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana; Chiţoran, Dumitru, *Sociolingvistica - Orientări actuale*, Editura Didactică şi Pedagogică, București, 1975.
Irimia, D. (coord.), *Limba română azi*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza", 2008.
Jensen, A. R., *How much can we boost I.Q. and scholastic achievement?*, „Harvard Educational Review", 33, 1969.
Johnstone, Barbara, *The Linguistic Individual. Sel-Expression in Language and Linguistics*, Oxford University Press, New York, 1996.
Jones, S. (ed.), *Doing Internet Research: Critical issues and methods for examining the net*, London, Sage, 1999.
Kachru, Braj B. (ed.), *The Other Tongue: English across Cultures*, Urbana and Chicago, University of Illinois Press, ediția a II-a, 1992.
Kachru, Braj B., *Asian Englishes. Beyond the Canon*, Hong Kong University Press, 1992
Katz, J. E.; Rice, R. E., *Involvement examples: evidence for an 'invisible mouse'?*, în *Social consequences of internet use*: *Access, involvement, and interaction*, Cambridge, MA, MIT Press, 2002.
Labov, William, *The Social Stratification of English in New York City*, Washington, DC, Center for Applied Linguistics, ediția a II-a, Cambridge University Press, 2006.
Labov, William, *Sociolinguistic patterns*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1972.
Lakoff, T. Robin; Sachiko, Ide (eds), *Broadening the Horizon of Linguistic Politeness*, John Benjamins Publishing Company, Amsterdam /Philadelphia, 2005.
Levinson, Paul, *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millenium*, Routledge, London, 2004.
Lewis, M. P., *Ethnologue: Languages of the World*, 15th edition, Dallas, TX, SIL International, 2009.
Livia, A.; Hall, K. (ed.), *Queerly Phrased. Language, Gender, and Sexuality*, Oxford University Press, 1997.
Mazzarella, Sharon M. (ed.), *Girl Wide Web: Girls, the Internet and the Negotiation of identity*, New York, Peter Lang.
McIntosh, C.; Varoglu, Z. (eds), *Perspectives on Distance Education: Lifelong Learning & Distance Higher Education*, Paris: UNESCO, 2005.
McLuhan, Marshall; Powers, B. R., *The Global Village*, NewYork, Oxford University Press, 1989.
McLuhan, Marshall, *Understanding Media*, NewYork, Mentor, with an Introduction by L. Lapham, Cambridge, MA: MIT Press, ediția a II-a, 1994.
McQuail, Denis, *Mass communication theory*, London, Sage, 2000.
McQuail, Denis; Windahl, Sven, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare. ro, Bucureşti, 2004.
Mesthrie, Rajend (ed.), *The Cambridge Handbook of Sociolinguistics*, Cambridge University Press, 2011.
Morris, Merrill; Ogan, Christine, *The Internet as a Mass Medium*, Indiana University, Journal of Communication, 1996.

Mufwene, Salikoko S., *The Ecology of Language Evolution*, Cambridge University Press, 2000.

Muysken, Pieter, *Bilingual Speech: A Typology of Code-Mixing*, Cambridge University Press, 2000.

Myers-Scotton, Carol (ed.), *Codes and Consequences: Choosing Linguistic Varieties*, Oxford University Press, 1998.

Oldenburg, Ray, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, New York, Paragon House, 1989.

Olson, D. R.; Torrance, N. și Hildyard, A. (eds), *Literacy, Language and Learning: The Nature and Consequences of Reading and Writing*, Cambridge University Press, 1985.

Parks, M. R.; Floyd K., *Making friends in cyberspace*, în „Journal of Computer-Mediated Communication”, 1 (4), 1996.

Prinz, W.; Jarke, M.; Rogers, Y.; Schmidt, K.; Wulf, V. (eds), *Proceedings of the seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work*, Netherlands, Kluwer Academic Publishers.

Rampton, Ben, *Language in Late Modernity. Interaction in an Urban School*, Cambridge University Press, 2006.

Romiszowski, Alexander; Mason, Robin, *Computer-Mediated Communication*, în *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*, NJ, Lawrence Erlbaum, 2004.

Rosnay, Joël de; Revelli, Carlo, *La révolte du pronétariat*, Librairie Arthème Fayard, 2006.

Sapir, Edward, *Selected writings of Edward Sapir*, în *Language, culture, and personality*, ed. David G. Mandelbaum, Berkeley, University of California Press, 1949.

Sapir, Edward, *Language. An Introduction to the Study of Speech*, New York, Harcourt, Brace, and World, 1921.

Saussure, Ferdinand de, *Curs de lingvistică generală*, Editura Polirom, Iaşi, 2005.

Savignon, Sandra J.; Roithmeier, Waltraud, *Computer-mediated Communication: Texts and Strategies*, în „CALICO Journal”, 21 (2), 2004.

Salvaggio, J. L. & Bryant, J. (eds), *Media use in the information age*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1989.

Schiffrin, D.; Tannen, D.; Hamilton, H. (eds), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford, Blackwell Publishers, 2001.

Schneider, Edgar W., *The dynamics of New Englishes: from identity construction to dialect birth*, *„Language”*, 2003.

Schneider, Edgar W., *English Around the World*, Cambridge University Press, 2011.

Sebeok, Thomas A. (ed.), *Style in language*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, ediția a II-a, 1964.

Spears, R. *et al.*, *Computer-mediated communication as a channel for social resistance: the strategic side of SIDE*, Small Group Research, 33, 2002.

Standage, Tom, *The Victorian internet: The remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*, New York, Walker, 1999.

Stanlaw, James, *Japanese English. Language and Culture Contact,* Hong Kong University Press, 2004.

Sunstein, Cass, *Republic.com*, Princeton N.J, Princeton University Press, 2001.

Tannen, Deborah (ed.), *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. Norwood, NJ, Ablex.

Tannen, Deborah, *That's Not What I Meant!*: *The Sociolinguistics of Everyday Conversation*, Recorded Books, LLC, 2004.

Thurlow, Crispin, Lengel, Laura, Tomic Alice, *Computer Mediated Communication. Social Interaction and the Internet*, Sage Publications Ltd., London, 2004.

Treadaway, Chris, Smith Mari, *Facebook Marketing an hour a day,* Wiley Publishing, Inc., Indianapolis, Indiana, 2010.

Trohin, Elena, *Particularităţi lingvistice ale comunicării în Internet*, teză de doctorat Chişinău, 2006.

Ulmanu, Alexandru-Brăduț, *Cartea fețelor*, Editura Humanitas, 2011.

Wall, Melissa, *Blogs of war: weblogs as news*, „Journalism", Vol. 6, Nr. 2, 2005.

Walther, J. B., *Interpersonal effects in computermediated interaction: a relational perspective*. *Communication Research*, 19, 1992.

Watkins, Craig S., *The Young and the Digital. What the Migration to Social-Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere,* Media Means for Our Future, Beacon Press, Boston, 2000.

Wertheim, Suzanne, Bailey, Ashleigh, C., Corston-Oliver Monica (ed.), *Engendering Communication: Proceedings of the Fifth Berkeley Women and Language Conference*, Berkeley, CA, Berkeley Women and Language Group, 1996.

Wittkower, D. E. (ed.), *Facebook and Philosophy*, Open Court, Chicago and La Salle, Illinois, 2010.

Wolfram, W.; Schilling, N., *American English. Dialects and Variation*, ediția a III-a, Wiley Blackwell, 2016.

Zajda, Joseph; Gibbs, Donna (ed.), *Comparative Information Technology: Languages, Societies and the Internet*, Springer Science + Business Media B.V., 2009.

Referințe online

28 iunie 2013, Quartz, http://qz.com/98677/why-youll-share-this-story-the-new-science-of-memes/

Agenția de social media Spada, http://www.agentiaspada.ro/ghid-introducere-in-facebook-pentru-companii-bn/, accesat la data de 22.09.2012.

Association of Internet Researchers (AoIR), http://aoir.org/

Bilton, Nick, *Disruptions: Social Media Images Form a New Language Online*, 30 iunie 2013, nytimesc.com, http://bits.blogs.nytimes.com/2013/06/30/disruptions-social-media-images-form-a-new-language-online/?_r=1

Boyd, Dana, *Taken out of Context: American Teen Sociality and Networked Publics*, p.198, http://www.danah.org/papers/ExtremeDemocracy.pdf, accesat în 12 martie 2013.

Chandler, Daniel, *Technological or media determinism*, http://www.aber.ac.uk/media /Documents/tecdet/tdet01.html

Consorțiul Unicode http://www.unicode.org

Crystal, David, *The scope of Internet linguistics*, 2005, http://www.davidcrystal. com/DC_articles/Internet2.pdf, accesat în 20.02.2013.

Cybergeography, http://www.cybergeography.org/

Cybersociology, http://www.cybersociology.com/

Dereseiwicz, William, *Faux Friendship*, *Chronicle of Higher Education* (December 6th, 2009), http://chronicle.com/article/Faux-Friendship/49308

Eco, Umberto, *Diminutive, but perfectly form*, Ed.Guardian Newpaper, 20 April 2002.

Facebrands, http://www.facebrands.ro/demografice.html, accesat la data de 19.02.2013.

Fialkova, L., *Emigrants from the FSU and the Russian-language Internet. Toronto Slavic Quarterly*, *12*, 2005. http://www.utoronto.ca/tsq/12/fialkova12.shtml

Gliga, Lavinia, *Căciuliţă, coif, virguliţă*, „Decat O Revista" (DoR #1), http://www. decatorevista.ro/diacritice/

Graddol, D., *The future of English*. London: The British Council, 1997/2000, http://www.gre.ac.uk/~ds42/pages/future%20of%20English.pdf . International Corpus of English, www.ucl.ac.uk/english-usage/ice .

Interviu cu Steve Ballmer despre viitorul media publicat în versiunea online a Washington Post, pe 5 iunie 2008, http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article /2008/06/04/AR2008060403770_pf..html.

Journal of Computer-Mediated Communication (JCMC), http://jcmc.indiana.edu/

Journal of Online Behavior (JOB), http://www.behavior.net/JOB/

Kleinman Zoe, *How the Internet is changing language*, BBC News Technology, http://www.bbc.co.uk/news/technology-10971949

Maderazo, Jennifer Woodard, *The Universal Language of Facebook*, MediaShift.com, http://www.pbs.org/mediashift/2007/12/the-universal-language-of-face, accesat pe 12 februarie 2013.

Mason, Kristin, *The Psychology of Sharing*, http://eon.businesswire.com/news /eon/20110713005973/en/social-media-marketing/psychology-of-sharing

Marcel Mauss, *Une categorie de 1'esprit humain: La notion de personne, celle de "moi"*, http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/socio_et_anthropo/5_Une_catego rie/Une_categorie.html

Media Fact Book 2013, Initiative Media S.A., Bucharest, 2013, http://www.wall-street.ro/files/150241-449.pdf

Merrill, Morris, Christine Ogan, *The Internet as a Mass Medium*, Indiana University, Journal of Communication, 1996.

Mims, Christopher, *Why you'll share this story: The new science of memes*,

New Media Timeline (1970), la Poynter.org, http://www.poynter.org/ uncategorized/28693/new-media-timeline-1970/.

Oxford English Dictionary, http://www.oed.com/ .

Oxford Internet Institute, University of Oxford, http://www.oii.ox.ac.uk/

Paul Saffo and the 30-Year Rule, Design World, 24 (1992).

Payne, Doug, *Bye bye Buzby, bye bye*, în *New Scientist*, 28 mai 1981, http://books.google. co.uk/books?id=79YSr96pZsQC&pg=PA539#v=onepage&q&f=false

Pew Internet and American Life Project, *Teenage life online: The rise of the instant-message generation and the internet's impact on friendships and family relationships*, 2001, http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=36

Peters, Nikki, *Social Media Language, Taking Over the Oxford English Dictionary*, 21 august 2011, socialmediatoday.com, http://socialmediatoday.com/marketmesuite-app/340584/social-media-language-taking-over-oxford-english-dictionary

Raportul Edelman, dat publicităţii în iunie 2006, poate fi vizualizat la adresa: http://www.edelman.com/image/insights/content/WhitePaper011107sm.pdf.

Roberts Jr., Glenn, *News article about NetLingo.com and an interview with Erin Jansen, Internet Users Breed A Strange New Language: Technology Newcomers Struggle with Lingo, May need to get a Translator*, 18 august 2002, Netlingo.com, http://www.netlingo.com/press/article-4.php

Romiszowski, Alexander şi Mason, Robin, *Computer-Mediated Communication*, în *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*, ed. David H. Jonassen (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2004), pp. 397-431.

Rose, Frank, *The Selfish Meme. Twitter, dopamine, and the evolutionary advantages of talking about oneself*, 19 septembrie 2012, theatlantic.com, http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/10/the-selfish-meme/309080/

Slama Cazacu, Tatiana, *Compiuterul și omul*, România Literară, http://www.romlit.ro/compiuterul_i_omul .

Standage, Tom, *Cybertalk*, http://www.open.edu/openlearn/whats-on/ou-on-the-bbc-digital-planet-bbc-world-service

Statistici preluate din Serviciul de monitorizare a paginilor de Facebook în România - *Facebrands*, http://www.facebrands.ro/demografice.html, accesat în 19.02.2013.

Şcoala pentru viaţă, *De ce vorbim în engleză?*, http://www.scoalapentruviata.ro/dezvoltare-personala/de-ce-vorbim-in-engleza, accesat în 18 martie 2013.

The World Wide Web Consortium (W3C), www.w3.org.

Thompson, Clive, *Brave New World of Digital Intimacy*, New York Times Magazine, http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html?pagewanted=all&_r=0

Thurlow, Crispin; *Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging*, Discourse Analysis Online, 2003, http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003.html

Trandabăț, Diana *et al*., *Limba română în era digitală*, Springer, 2012, http://www.springer.com/computer/ai/book/978-3-642-30702-7

Unelte lingvistice, WordReference.com, http://www.wordreference.com/enro/

UNESCO, *Higher Education in a Globalized Society*. UNESCO Education Position Paper. Paris: UNESCO, 2004, p. 8.

Ursulean, Vlad, *De ce vorbim în engleză?*, http://www.romanialibera.ro/actualitate/educatie/de-ce-vorbim-in-engleza-212508.html, accesat în 18 martie 2013.

What is Web 2.0?, http://radar.oreilly.com/2005/09/what-is-web-20.html

Xanks and No, Xanks, Wired Magazine, http://www.wired.com/wired/archive/3.09/rants.html

Zafiu, Rodica; *Păcatele Limbii: Puști*, România Literară, http://www.romlit.ro/puti

Zafiu, Rodica*; Păcatele Limbii:„A da like”*, 2012, România Literară, http://www.romlit.ro/a_da_like_

Zimmer, Ben, *The Rise of the Zuckerverb: The New Language of Facebook*, septembrie, 2011, „The Atlantic”, http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/09/the-rise-of-the-zuckerverb-the-new-language-of-facebook/245897